



NICOLAS SARKOZY LE POLITIQUE

Premier Français à intégrer le club des conférenciers mondiaux aux prestations à six chiffres, l'ex-président est représenté par le Washington Speakers Bureau, comme Madeleine Albright, Christine Amanpour, la journaliste de CNN; Carly Fiorina, l'ex-PDG de HP; ou Gary Hamel, le gourou du conseil.



DANIEL COHEN L'ÉCONOMISTE

Le cofondateur de l'Ecole d'économie de Paris avec Thomas Piketty, et professeur à l'ENS, intervient régulièrement sur les crises de la mondialisation dans les chambres de commerce de province et à l'étranger. Il traite aussi du « bonheur au travail », comme au salon du bien-être dans l'entreprise.

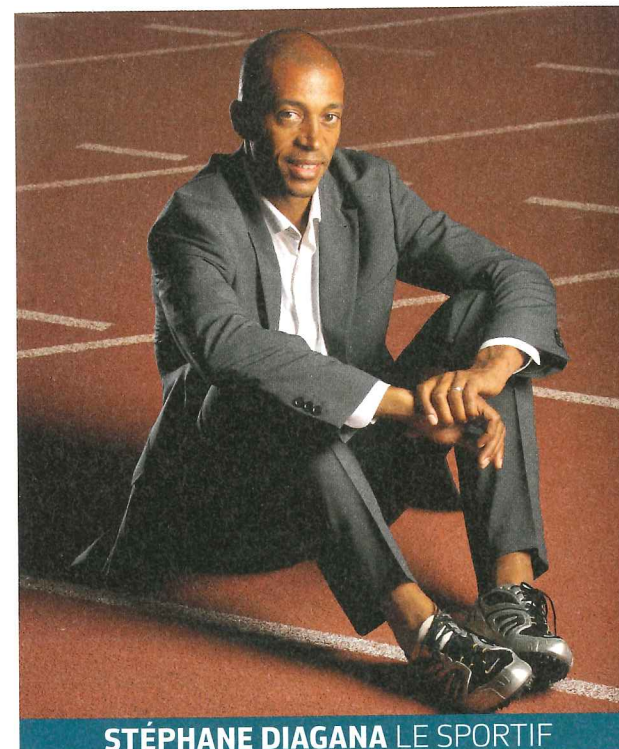
## LES ENTREPRISES SE LES ARRACHENT PAYÉS POUR PARLER

Que peut bien raconter un philosophe quand il rencontre des boulangers ? Des histoires de sociologie ! En octobre dernier, Raphaël Enthoven a captivé les 491 congressistes de l'université d'automne de la boulangerie, en décrivant l'évolution de la société à partir du succès de la baguette tradition. Le matin même, Bertrand Nivard, ex-leader de la Patrouille de France, avait chauffé la salle par ses anecdotes sur le leadership et l'esprit d'équipe.

ISABELLE LESNIAK

**Les groupes français sont de plus en plus friands de conférenciers extérieurs, experts reconnus ou personnalités atypiques. Un univers proche du showbiz, avec ses agents, ses stars et ses cotes...**

Ces rencontres improbables se multiplient à l'initiative des entreprises et des fédérations professionnelles. Alors qu'elles évoluaient repliées sur elles-mêmes jusqu'au milieu des années 90, elles recourent volontiers à des conférenciers très éloignés de leur univers pour « prendre de la hauteur » et mieux décrypter les vicissitudes de la période actuelle. Pascal Picq, paléoanthropologue au Collège de France, côtoie l'économiste Nicolas Bouzou à un événement



STÉPHANE DIAGANA LE SPORTIF

Eloquent et humble, l'ex-champion d'athlétisme fait un tabac dans ses 15 à 20 conférences annuelles. Diplômé de l'ESCP Europe, il traite de « performance durable », surtout dans les PME familiales qui peuvent se fixer des objectifs à long terme sans pression de l'actionnaire.



CYNTHIA FLEURY LA PHILOSOPHE

La jeune professeur de philosophie politique à l'American University of Paris, chercheuse au Muséum national d'histoire naturelle, a profité de sa forte exposition médiatique pour percer parmi des experts plus âgés, comme André Comte-Sponville, Gilles Lipovetsky ou Luc Ferry.

Pulse organisé par EDF. Dominique Wolton, expert en sciences de la communication au CNRS, motive les troupes du Conseil national du cuir. L'entraîneur de handball Claude Onesta harangue les 2 500 franchisés du réseau immobilier Orpi, avant que ceux-ci ne se déhanchent sur le *dancefloor* géant installé à la Grande Halle de la Villette.

Ce type de prestation coûte entre 6 000 et 7 000 euros en moyenne, pour quarante-cinq minutes d'intervention suivie par vingt minutes de questions-réponses. Mais les tarifs sont très variables, y compris pour un même conférencier (voir page suivante). La note peut sembler salée, mais les entreprises estiment en général en avoir pour leur argent : la rencontre avec un expert à l'écoute marque davantage les salariés ou les clients qu'un énième atelier-cuisine ou un jeu de piste de team building. « Les experts sont surexposés via la presse, les chaînes d'information en continu et bientôt les Mooc (cours en ligne), mais les sociétés sont prêtes à les

payer très cher pour qu'ils leur disent en personne et en direct les mêmes petites phrases qu'ils prononcent partout ailleurs gratuitement », constate Bruno Faure, qui dirige Paroles d'experts, l'une des nombreuses petites agences françaises de « conseil en personnalités ».

C'est moins le contenu de l'intervention que le moment partagé qui justifie la dépense. « Nous sommes dans une économie inélastique, poursuit Bruno Faure. Quand un chef d'entreprise m'appelle pour obtenir l'expert qu'il a en tête, peu importe qu'il coûte 5 000 ou 8 000 euros, ou même qu'il soit réellement adapté à l'auditoire. » D'où, parfois, des déconvenues. L'agréé de philosophie

« **Quand un chef d'entreprise m'appelle pour obtenir l'expert qu'il a en tête, peu lui importe le prix.** »

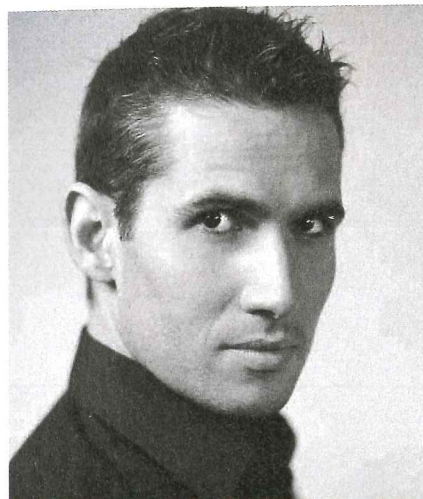
Bruno Faure, agence Paroles d'experts

Gilles Lipovetsky, dont les propos sur l'esthétisation du capitalisme et la surconsommation font en général réagir l'assistance, a fait un bide en prenant la parole, un week-end, devant les cadres d'une société d'ameublement réunis pour l'anniversaire de l'enseigne.

### DE PRÉCIEUX INTERMÉDIAIRES

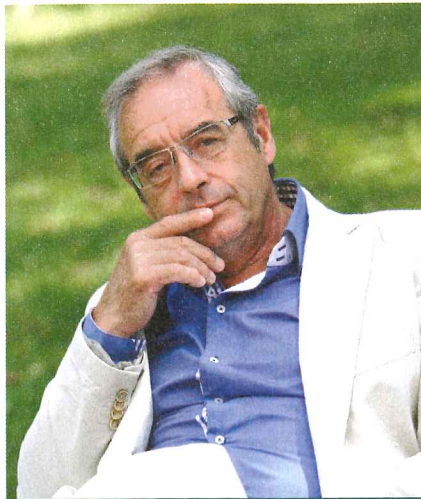
La plupart des orateurs confient leurs intérêts à des intermédiaires qui prennent une commission de 20% sur le prix de la conférence, en échange de la mise en relation avec le client et de la gestion logistique de l'événement, depuis les slides à préparer au recouvrement des factures. « Nous les déchargeons de toutes les préoccupations de marketing, afin qu'ils se concentrent sur leur cœur de métier : l'expertise. Et nous leur garantissons le transfert de leur rémunération dans les 24 heures qui suivent la conférence, que le client nous ait payé ou pas », précise le Néerlandais Albert de Booy, PDG de la Speakers Academy, qui a des bureaux à Paris, ■■■





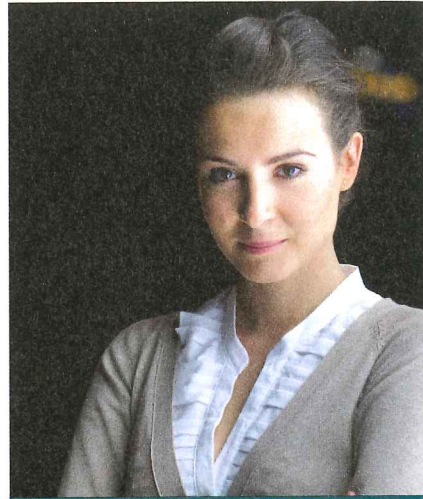
**MATTHIEU SINCLAIR**  
LE MAGICIEN

Coca-Cola, Thales, Suez, les universités d'Orange et de la SNCF l'emploient pour accueillir les nouveaux embauchés ou récompenser les hauts potentiels. Ses thèmes : les limites de la rationalité dans la prise de décision ou l'apport de la magie à la mnémotechnie.



**PASCAL PICQ**  
LE PALÉOANTHROPOLOGUE

Le professeur au Collège de France a fait sa première conférence en 1997 pour l'Association Progrès du Management. Depuis le succès en 2011 de son *Paléolithique dans l'entreprise*, il intervient encore plus régulièrement chez Thales, Safran, EDF.



**EMMANUELLE DUEZ**  
LA GÉNÉRATION Y

Quand il faut parler de la fracture générationnelle, le philosophe Michel Serres ou le sociologue Jean-Luc Excousseau ont moins la cote que cette surdiplômée de 27 ans, cofondatrice de l'association Women'Up, habituée des écoles de gestion et de l'université d'été du Medef.

■ ■ ■ Rotterdam, Barcelone, Berlin et Hong Kong, et propose les services de 2 000 conférenciers français – du diplomate Hubert Védrine à la navigatrice Maud Fontenay. Après avoir déployé une énergie considérable à vouloir gérer

seul son activité pendant un an, Pascal Picq a fini par la déléguer à Plateforme. Créée il y a trente ans dans l'événementiel, la doyenne des agences françaises s'est repositionnée sur la conférence depuis son rachat, en 2009, par Bruno

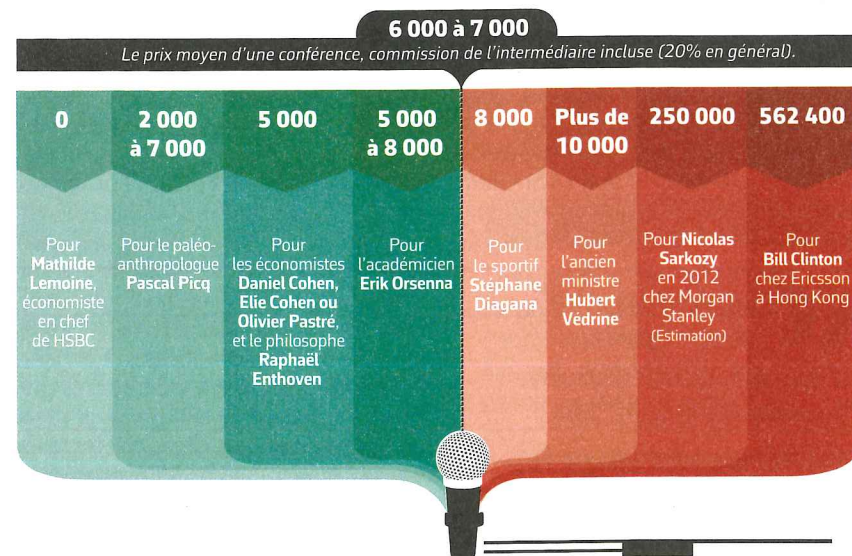
Duvillier, un ancien de Saatchi & Saatchi et Publicis. Erik Orsenna passe par Les Rois mages, et pour cause : il est associé au capital de cette petite agence spécialisée dans la conférence haut de gamme depuis 2004. Stéphane Diagana, l'ex-champion d'athlétisme, préfère s'occuper de ses interventions en direct, mais il avoue avoir embauché un manager pour administrer son site Internet. A ces quelques exceptions près, la majorité des conférenciers apparaît dans plusieurs agences concurrentes qui négocient les prix chacune à leur manière et n'en informent pas forcément le conférencier lui-même.

**LA CATÉGORIE 6 ? PLUS DE 40 000 DOLLARS**  
Les pratiques sont différentes dans les célèbres *Speakers Bureaus* anglosaxons, qu'ils soient grands et généralistes (Washington Speakers Bureau, Harry Walker) ou bien petits et spécialisés (Stern + Associates, qui gère les intérêts de quelques stars du management comme Michael Porter ou Clay Christensen). Les agences américaines ont l'exclusivité d'orateurs prestigieux

#### TARIFS DES CONFÉRENCIERS : UN LARGE ÉVENTAIL

Exemples en euros

SOURCES : AGENCES, ENJEUX LES ECHOS



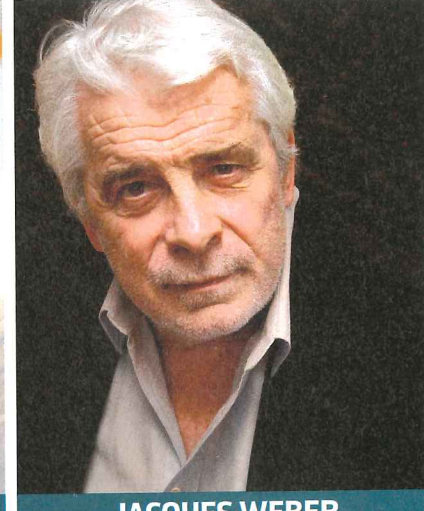
**OLIVIER AIZAC**  
L'E-ENTREPRENEUR

Le fondateur du Bon Coin fait partie, avec Michaël Goldman (My Major Company), des conférenciers très demandés pour s'exprimer sur la digitalisation. Chez Google ou à la PME rennaise Ubiflow, il parle de l'intérêt des commerçants pour le Web et promeut la consommation collaborative.



**THIERRY MARX**  
LE CHEF

Depuis qu'il est juré dans « Top Chef » sur M6, le chef étoilé du Mandarin oriental est encore plus sollicité par les grandes écoles ou le Medef. Récemment, il parlait de « Revenir à soi, cultiver l'inspiration et s'engager » dans un dîner conférence organisé par AdAgency Experts.



**JACQUES WEBER**  
LE COMÉDIEN

L'agence Les Rois mages lui organise des interventions sur mesure, comme la lecture de textes adaptés en fonction du client : extraits littéraires sur le regard, pour un congrès d'ophtalmologie, ou sur l'Europe pour un gestionnaire de fonds français.

– Bill et Hillary Clinton, Larry Summers, Robert Reich, Carly Fiorina, etc. – et les classent par fourchettes de tarifs.

Les deux seuls Français du Washington Speakers Bureau – Nicolas Sarkozy et Bernard Kouchner – appartiennent à la catégorie 6 : plus de 40 000 dollars, et ce n'est que le prix d'appel. Quand il s'est reconverti dans la conférence, l'ex-président français n'a pas hésité à se faire représenter par le WSB. Un petit malin venu de la pub, Nicolas Teil, lui avait pourtant, en vain, proposé de créer une société rien que pour le représenter. Le trentenaire a fini par monter sa structure, ConfAnim, avec quelques intervenants français – dont le philosophe André Comte-Sponville – et des internationaux de luxe, pour lesquels il partage la commission avec l'agence américaine contractante : l'ex-secrétaire d'Etat Madeleine Albright, l'économiste Jeremy Rifkin ou, peu avant sa mort, l'astronaute Neil Armstrong.

Cet univers reste très conservateur, aussi bien dans le choix des personnalités que des thèmes abordés. L'an dernier, les deux tiers des demandes adres-

sées à l'agence Plateforme concernaient trois sujets : leadership et management/esprit d'équipe, performance/adaptation au changement, nouvelles technologies de l'information. « La crise a encore renforcé le besoin de valeurs sûres, comme Jean-Pierre Raffarin, Joël de Rosnay ou l'entraîneur de handball Daniel Costantini », assure Bruno Duvillier. « Au jeune économiste de Sciences Po, Yann Algan, que j'aimerais pousser, les clients préfèrent des experts établis comme Jean-Paul Fitoussi, Daniel Cohen ou Elie Cohen », regrette de son côté Bruno Faure. Quitte à ce que les stars les plus sollicitées pour jouer les têtes d'affiche fassent parfois faux bond quand leur agenda déborde, comme Jacques Attali ou Alexandre

« La crise a encore renforcé le besoin de valeurs sûres, comme Jean-Pierre Raffarin ou bien Joël de Rosnay. »

Bruno Duvillier, agence Plateforme

Adler. Ou qu'elles s'impliquent peu dans leurs interventions, à l'instar de l'ancien chancelier allemand Gerhard Schröder, qui demeure malgré tout le chouchou des chambres de commerce.

La conférence s'est tellement généralisée qu'elle assure aujourd'hui le gros de l'activité de bon nombre de personnalités. Edgar Grospron, premier champion de ski acrobatique dans les années 90, prendrait part à une soixantaine d'événements par an. Laurent Combalbert, ex-négociateur du Raid, en enchaîne trois à quatre par semaine. Rares sont désormais les stars qui refusent ces sollicitations, sources à la fois d'argent et de publicité. Parmi ces exceptions, l'économiste Thomas Piketty a coutume de répondre qu'il n'est « pas intéressé » quand les agences le démarchent pour étoffer leur catalogue. Ce qui ne l'empêche pas de rencontrer un immense succès, jusqu'aux Etats-Unis... ■



bit.ly/Enjeux-Diagana  
Ce que les Autoroutes du Sud ont retenu de l'intervention de Stéphane Diagana.