

PORTRAIT D'UN CHEF D'ENTREPRISE JANVIER



Robert FILION

« Nous sommes des producteurs de sens »

Comédien professionnel pendant plus de 15 ans, d'abord formé en littérature, rien ne semblait destiner Richard Aubé, le président des Productions Richard Aubé, à devenir producteur, conseiller stratégique et metteur scène des patrons et dirigeants de nos grandes institutions économiques et financières. Parcours et portrait d'un entrepreneur culturel qui se veut un « producteur de sens ».

Une âme d'artiste

Aux limites de l'arrondissement historique du Vieux-Québec et adossés au Cap blanc, à quelques mètres du Saint-Laurent, étagés sur quelques paliers, les bureaux des Productions Richard Aubé mêlent et intègrent harmonieusement une restauration patrimoniale réussie et la pureté du design contemporain. Barbe bien taillée, costard bien coupé, Richard Aubé a des yeux expressifs; on sent chez lui d'abord l'âme de l'artiste. Il nous reçoit dans une atmosphère d'efficacité fonctionnelle, et de créativité évocatrice de la réussite, qui rassure le client.

Enfant, il a grandi dans Bellechasse, dans une famille où l'on trouvait quelques entrepreneurs et des commerçants; par la suite, il étudie au Séminaire de St-Georges, où il s'initie au théâtre. Après avoir fait des études littéraires à l'Université Laval, poussé par son instinct, il refuse la sécu-

rité d'un poste d'enseignant pour devenir comédien. Pendant quinze ans, il jouera dans plus de 50 « shows », participera à la gestion de compagnies de théâtre et siègera sur divers conseils d'administration, dont celui du Théâtre de La Bordée.

Une remise en question salutaire

Au début des années 1990, Richard Aubé passe des auditions pour une importante télésérie. Les auditions se multiplient jusqu'à ce qu'on lui apprenne que le rôle prévu pour lui a été donné à un comédien de Montréal, et ce, parce qu'il est trop peu connu du « grand public ». Après des années de galère, on lui dit qu'il devrait recommencer sa carrière dans la métropole. C'est le choc et le début d'une profonde et sérieuse remise en question.

À la même époque, on lui propose un travail de mise en scène, dans un théâtre d'été. Pendant qu'il se découvre une nouvelle passion, une importante institution financière, une compagnie d'assurance, l'approche pour engager des comédiens, et mettre en scène des messages importants qu'ils ont à communiquer à leurs employés. Il s'agit d'un important contrat qui, malheureusement, correspond mal aux pratiques contractuelles en cours dans les milieux du théâtre. Richard Aubé saisit l'occasion, et fonde **Productions Richard Aubé**. C'était en 1995.

Atteindre des résultats par de nouveaux langages, dont celui de l'émotion

CHEFS D'ENTREPRISES : « Vous n'êtes pas un conseiller en management ou en développement organisationnel; pourtant, des dirigeants de grandes institutions financières

font appel à vos services pour leurs assemblées annuelles, leurs réunions corporatives ou pour des journées de formation. Pour quelles raisons, selon vous ? »

RICHARD AUBÉ : « Vous avez raison, nous ne sommes pas des experts du développement organisationnel. Bien que nous soyons souvent au cœur de ces préoccupations, notre rôle consiste néanmoins à aider nos clients à atteindre leurs objectifs. Ils cherchent à mobiliser leurs équipes, à aligner leur organisation, ou à passer des messages, et nous

sommes là pour les aider à réussir, pour leur fournir les outils, et les moyens de réussir. Des outils proviennent toujours des langages du monde des arts ».

CHEFS D'ENTREPRISES : « Vous faites donc beaucoup plus que de la logistique d'événements... »

RICHARD AUBÉ : « Nos équipes prennent en charge la logistique et les aspects techniques liés aux multimédias, cela va de soi, mais, qu'il s'agisse d'une inauguration, d'une assemblée générale, ou de journées de réflexion stratégiques, encore une fois, notre mission consiste

surtout à mettre en scène les éléments et les moyens qui permettront à l'évènement d'atteindre les résultats escomptés. Nous sommes d'abord et avant tout des producteurs de sens. »

CHEFS D'ENTREPRISES : « Comment procédez-vous, concrètement ? »

RICHARD AUBÉ : « Nous commençons par plonger au cœur des préoccupations de nos clients. Nous discutons avec eux, échangeons et réfléchissons, préoccupés de comprendre et de bien saisir les objectifs qu'ils poursuivent, les buts qu'ils recherchent, ou les messages qu'ils souhaitent communiquer. Puis, dans un deuxième temps, nous passons à l'étape du concept et de la mise en scène; je fais appel à l'imagination et à la créativité de mes collaborateurs et collaboratrices. Ensuite, nous passons à une autre étape, celle de la direction artistique.

Souvent les moyens utilisés seront simples et peu coûteux : une image, des mots, l'intervention d'un artiste; mais, nous demeurons toujours à la recherche de langages qui permettront de rejoindre les gens, de faire appel à leurs émotions et à leurs sentiments, pour que l'évènement agisse sur eux, et en eux. Souvent l'émotion est porteuse de vérité, créant un effet sur la personne. C'est ainsi que notre contribution devient productive et efficiente. »

CHEFS D'ENTREPRISES : « Cela semble bien fonctionner... »

« Il semble que oui puisque nos clients nous demeurent fidèles, nous confient sans cesse de nouveaux mandats, et n'hésitent pas à nous référer vers d'autres services, ou d'autres partenaires institutionnels », me dit, en souriant,

Richard Aubé ■



Richard AUBÉ,
Président des Productions Richard Aubé