LA MUSIQUE, FACE B DES DÉFIS DE L'ENTREPRISE

Emmanuel Bigand Isabelle Collin Frédéric Parmentier David Shabtaï

Henry Salvador

“siffler en travaillant“

« Si le travail vous excède
Si votre ardeur devient tiède
Gaiement allez-y d’un petit air
Quand votre esprit est morose
Chanter vous fait voir tout en rose
Car la musique adoucit les nerfs

La musique réjouit l'âme
L'on se sent tous feux toutes flammes
Aux accents d'un air bien entrainant
Loin de nous notre supplice
Travailler est un délice
Essayez c'est vraiment surprenant… » (Cis, Morey, Churchill)

Sifflez en travaillant
C'est un bon stimulant qui vous rend le coeur plus vaillant
Sifflez un air joyeux
Vous vous sentirez mieux, vous serez bien plus courageux
Pour chasser les soucis, les tracas les ennuis
Et voir tout sous un jour brillant, suivez ce remède excellent
Sifflez en travaillant
Pour vivre heureux toujours content, sifflez en travaillant

Au programme

1. Musique et entreprise, Les enjeux sociétaux
2. Nudge Music Management, la musique entre bien-être et performance
    1. **QVT** : La musique comme régulateur émotionnel
    2. L'**engagement** à travers la musique, le cas de la SNCF
    3. Musique et **culture d'entreprise**
    4. Musique, environnement et **performance**, le cas du retail
    5. Musique et **identité de marque**

Les worksongs, une histoire ancienne

« Po’Lazarus » James Carter

Entreprise et musique, le bon tempo

La musique est omniprésente dans notre quotidien, y compris au travail

Inspirées des cultures anglo-saxonnes quelques sociétés ont déjà pris les devants sur l'usage de la musique en entreprise

- Les sièges de Linkedin et Microsoft sont équipés de salles de musique
- Picture (salle dédiée)
- Chateauform leader team building
- BVA, fête de la musique

- 18h d'écoute hebdomadaire
- 33% des streamers écoutent de la musique au travail
- Soit le 3ème usage d'écoute derrière la maison, la voiture et internet
- C'est 2 fois plus que l'écoute dans des magasins

Les kpis en musique

Productivité

80% des salariés estiment que la musique booste leur productivité (*)

Convivialité

66% des entreprises perçoivent une ambiance de travail détendue et propice à la convivialité et la créativité

Sérénité

43% des salariés lui confèrent un effet relaxant

Engagement

65% des collaborateurs se motivent en l'écoutant

Modernité

66% des entreprises utilisant la musique considèrent que sa diffusion lui donne une image moderne

Utilité

40% des Français l'utilisent pour stimuler leur créativité, 33% pour se concentrer

*Linkedin

Le travail, une maladie?

« Travailler, c'est trop dur… » Julien Clerc

Anxiété

- 52% des salariés se disent anxieux au travail
- 29% présentent un niveau dépressif élevé
- La dépression, 3ème source de décès en 2004, sera la 1ère cause d'ici 2030

Un coût alarmant

- Coût annuel de 12600 euros/salarié lié au mal être (1)
- Coût caché de l'absentéisme au travail = 107,9 milliards d'euros/an (2)
- 4.7% du PIB, près de 6% de la masse salariale (1)

1. Mozart consulting 2. Institut Sapiens

MALGRÉ PLUSIEURS MOIS APRÈS LE DÉCONFINEMENT, LA DÉTRESSE PSYCHOLOGIQUE AUGMENTE

49 % (+7 PAR RAPPORT À MAI 2020)

Dont 18 % en taux de détresse psychologique élevée (+1)

Les managers, toujours les plus exposés, ont leur état de santé psychologique qui se dégrade le plus :

58 % pour les managers (+10) dont 25% en détresse psychologique élevée (+4)

Comme lors des précédentes enquêtes, plus on monte dans la hiérarchie, plus la détresse psychologique augmente : **72% pour les managers de managers (+6)**

LA FATIGUE DÉJÀ IDENTIFIÉE, VIRE À L'ÉPUISEMENT ÉMOTIONNEL POUR 35% DES SALARIÉS **35%**

1 000 000 DE SALARIÉS SONT EN BURN-OUT* SÉVÈRE

2X Les managers sont 2 x plus à risque de burn-out que les non-managers

* Le burn-out est défini ici comme un syndrome d'épuisement émotionnel, de dépersonnalisation (dissociation émotionnelle...) et de réduction de l'accomplissement personnel

DES CONSÉQUENCES VISIBLES SUR LES ARRÊTS DE TRAVAIL

Depuis la COVID-19, 24% déclarent avoir déjà pris un arrêt de travail à cause du stress ou de l'anxiété (74% de DP vs 42%) soit environ **5 500 000** SALARIÉS

36% ont peur de ne pas pouvoir faire face psychologiquement (74% DP)

44% voient dans leur entreprise plus de personnes en difficulté psychologique (65% de DP)

Sondage Empreinte Humaine & "opinionway

Sondage réalisé auprès de 2004 salariés représentatifs des salariés français du 19 au 28 octobre 2020. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères suivants : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région de résidence, taille et secteur d'activité de l'entreprise,répartition secteur public/privé. Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1 à 2,2 points au plus pour un échantillon de 2004 répondants.

Le bien-être au travail, une préoccupation majeure

Bien-être au travail

Une préoccupation majeure

Pour la moitié des salariés actifs, le bien-être est la 1ère préoccupation d'amélioration dans l'entreprise*

Les actions pour prendre soin des salariés apparaissent comme un nouveau critère de choix d'une entreprise (81% en moyenne, 86% pour les 18-34 ans) et de fidélisation

maZic
feel good music at work

*Ifop/predilife 2024

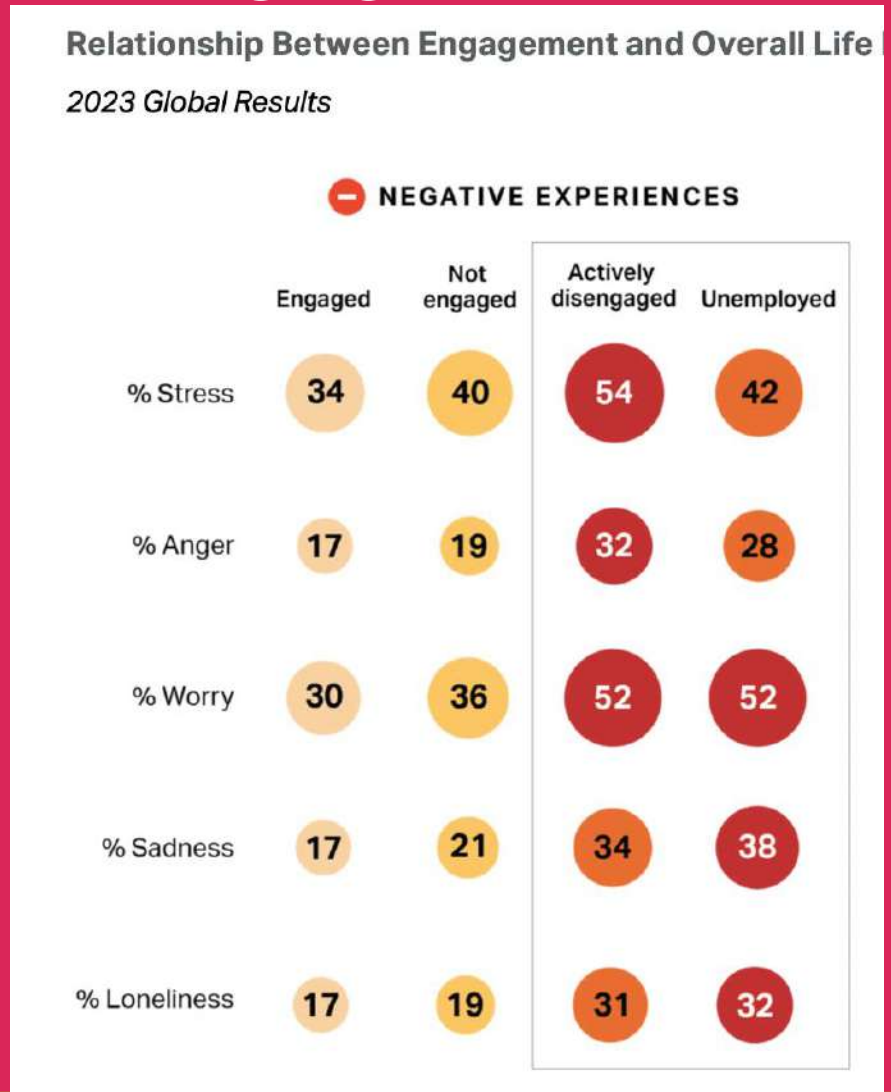
Les difficultés à « faire société »

Désengagement

- La France est en 18ème/19 pays européen concernant l'engagement
- 74% des Français sont désengagés (3)
- 70% des salariés ne savent pas ce qu'on attend d'eux
- 40% des Français souffrent d'un manque de reconnaissance, 1ère source de démotivation (4)

3. Gallup 4. Malakoff Médérick

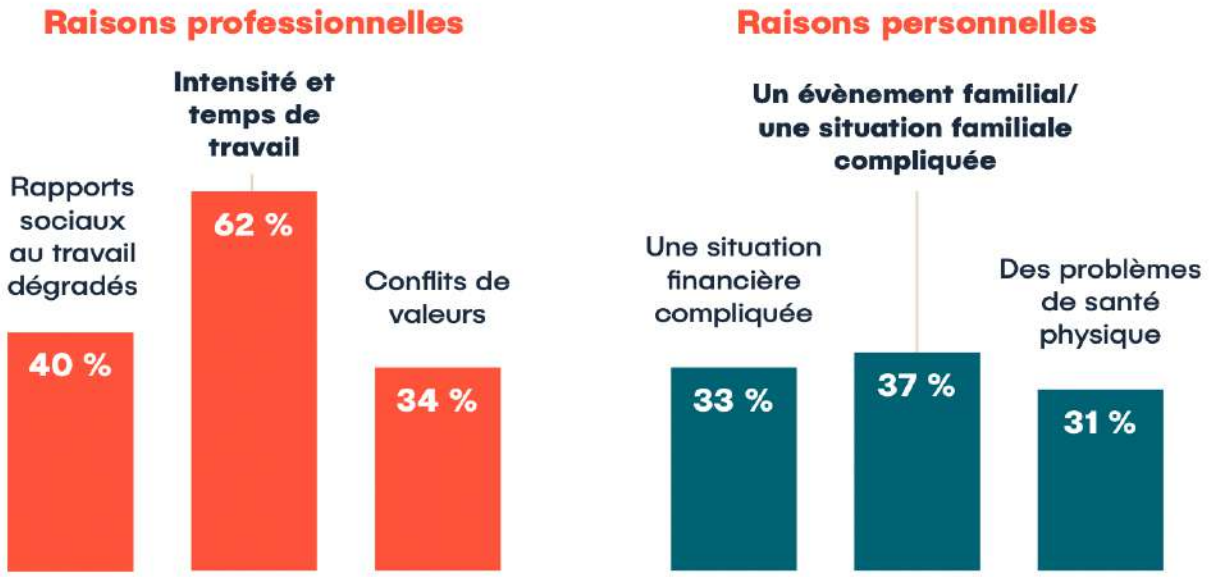
Pour les employeurs, la prise en charge de la santé mentale passe par un soutien à l'épanouissement dans la vie et à l'engagement au travail.



3. Gallup

Santé mentale, des causes multiples

Les salariés présentant un état de santé fragile l'expliquent autant par des problèmes personnels (30 %) que professionnels (32 %). Et pour 31 % des salariés, les raisons sont liées à la fois à des raisons professionnelles et personnelles.



1 salarié sur 2

se sent épuisé professionnellement

L'épuisement dû au travail retrouve ainsi son niveau d'avant crise après avoir baissé pendant 2 ans.

Au-delà de ces causes, une majorité de salariés témoigne de situations professionnelles nerveusement, émotionnellement et physiquement difficiles, participant indirectement à l'aggravation de leur santé mentale.

Mallakoff Humanis 2023

Manque de convivialité

- 70% d’interaction en moins dans un open space (*)
- De 20 à 50% de mail en plus dans cet environnement
- Usage de plus en plus répandu du casque à des fins de concentration

*British Psychological Society Research Digest

Les bénéfices de l’engagement

Copyright © 2024 Gallup, Inc. All rights reserved.

Et si la musique était un des instruments de transformation managériale?

Dans un monde qui swingue,
notre rapport au travail change

maZic
feel good music
at work

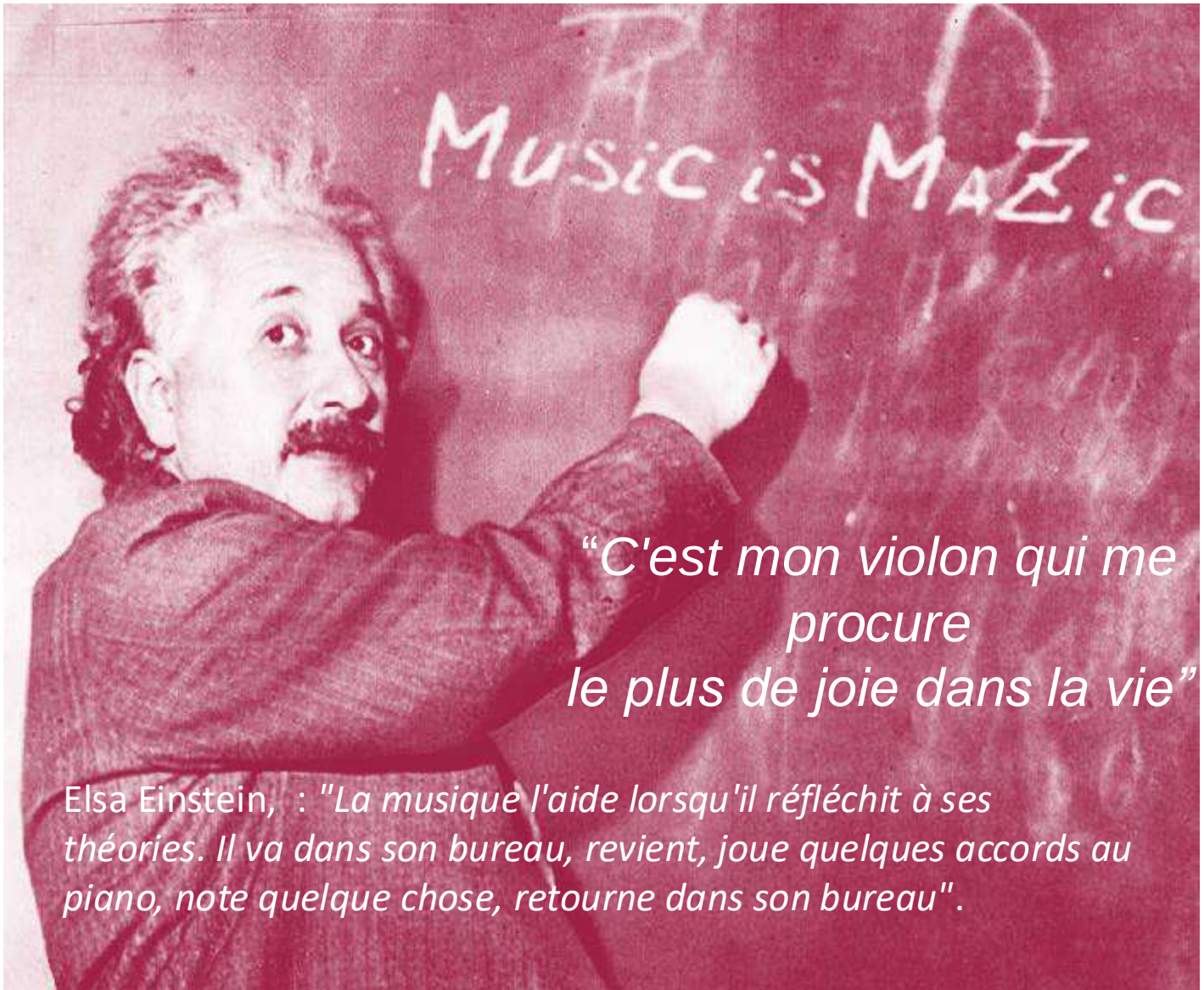
On a besoin de « faire société »

- Quête de sens
- Besoin de reconnaissance
- Recherche de convivialité
- Nécessité de dialogue

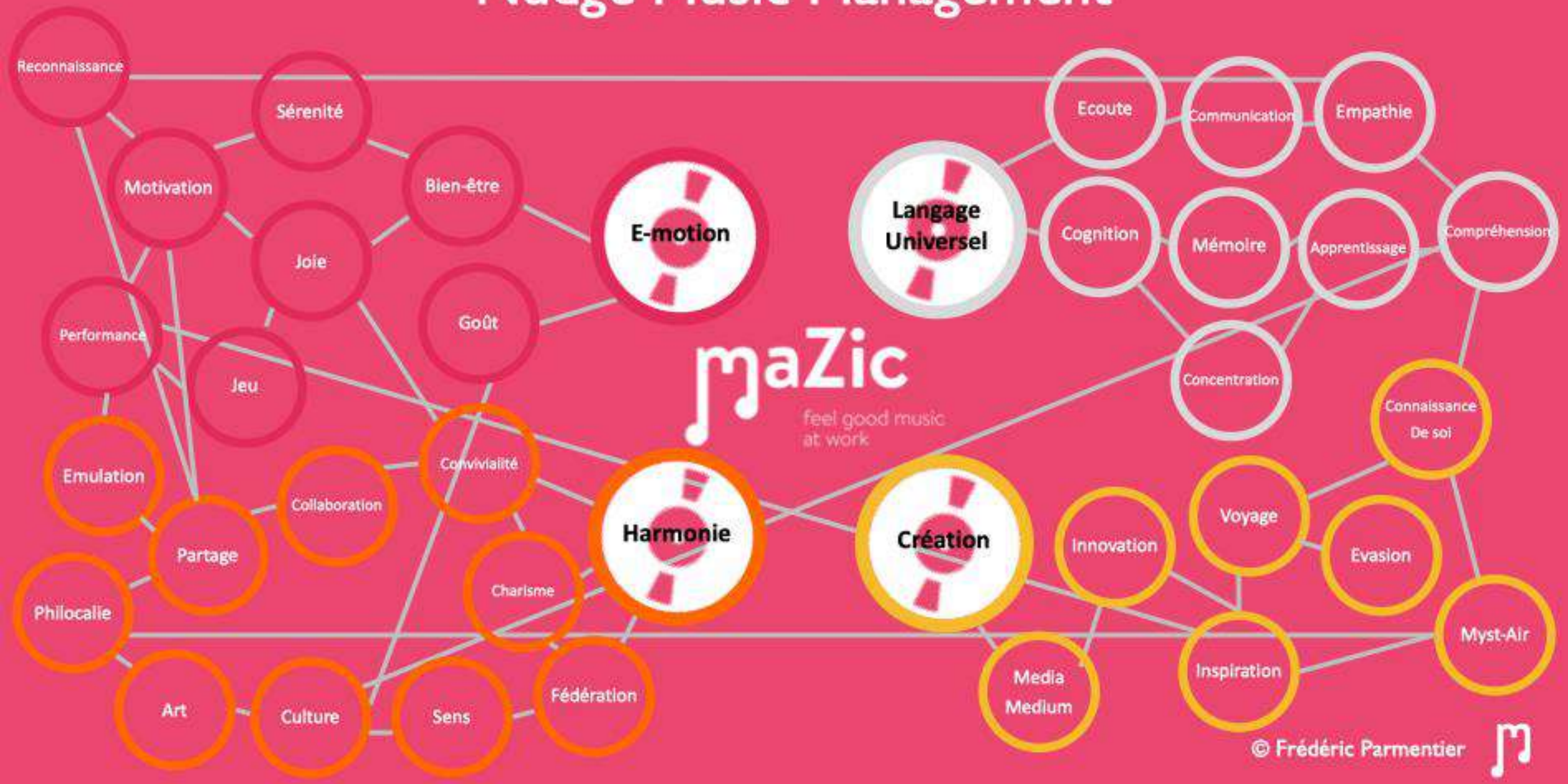
maZic
feel good music at work

maZic
feel good music
at work

Pourquoi la musique peut-elle être bénéfique dans l'entreprise et le management?



Nudge Music Management



COGNITION

EMOTION

ACTION

maZic
feel good music
at work

La musique : l'instrument pour faire société entre bien-être et performance

- améliorer le **bien-être**
- renforcer la **culture d'entreprise**
- développer **l'engagement**
- cultiver la **marque**

maZic
feel good music
at work

La musique : l'instrument pour faire société entre bien-être et performance

- améliorer le **bien-être**
- renforcer la **culture d'entreprise**
- développer **l'engagement**
- cultiver la **marque**

Au programme

1. Musique et entreprise, Les enjeux sociétaux
2. **Nudge Music Management, la musique entre bien-être et performance**
    1. **La musique comme régulateur émotionnel**

La musique comme régulateur émotionnel

Votre coach musical

maZic
feel good music
at work

Le pouvoir de l'émotion

Interview Zaho de Sagazan

Le rôle de la musique sur les émotions

Les émotions changent nos comportements

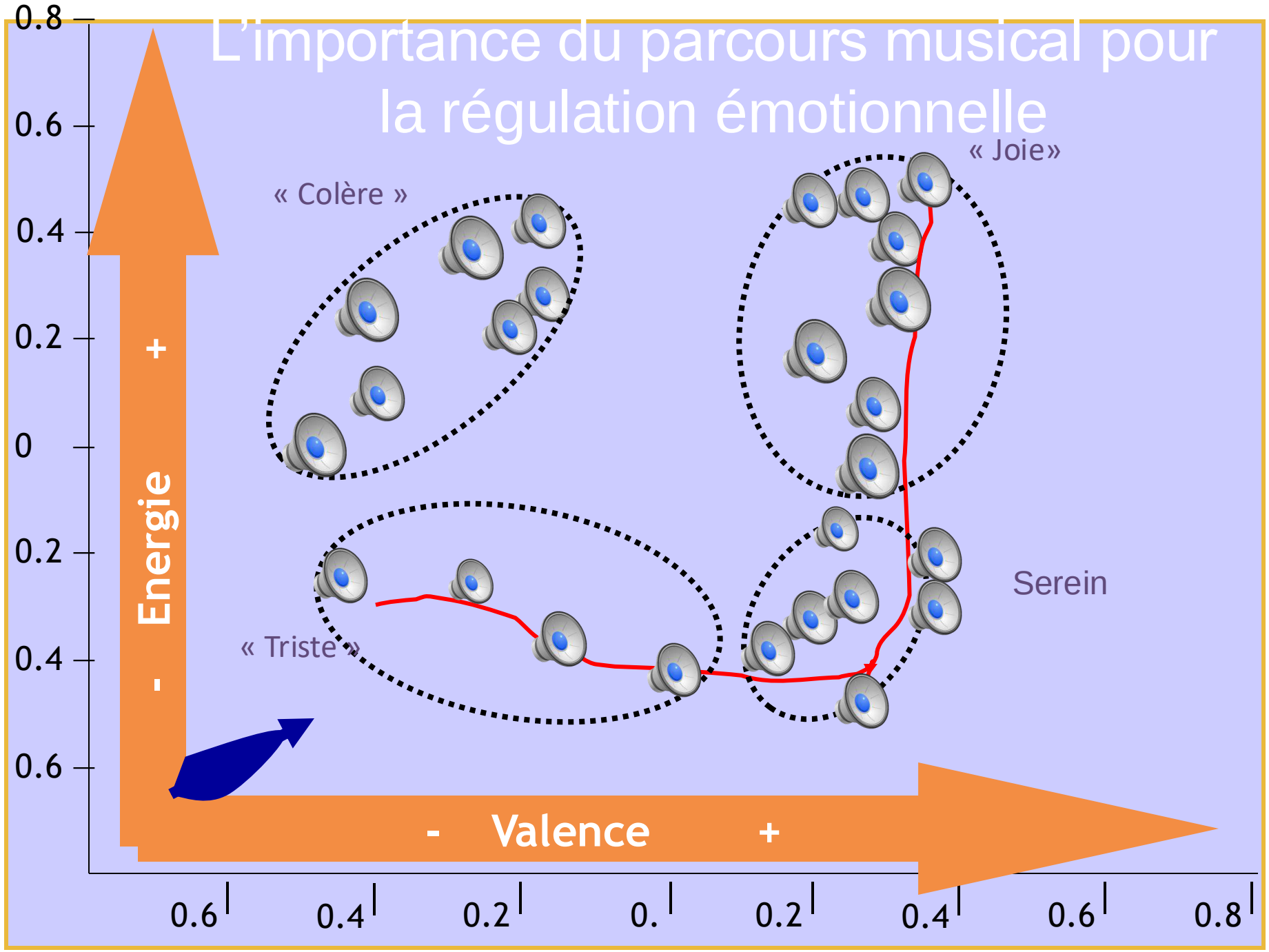
- Le stress affecte nos qualités de décisions, réduit nos capacités créatives, la qualité de nos interactions
- Contagieuses

maZic
feel good music at work

5 émotions de bases en musique (I. Peretz)

Anger Disgust Fear Happiness Sadness

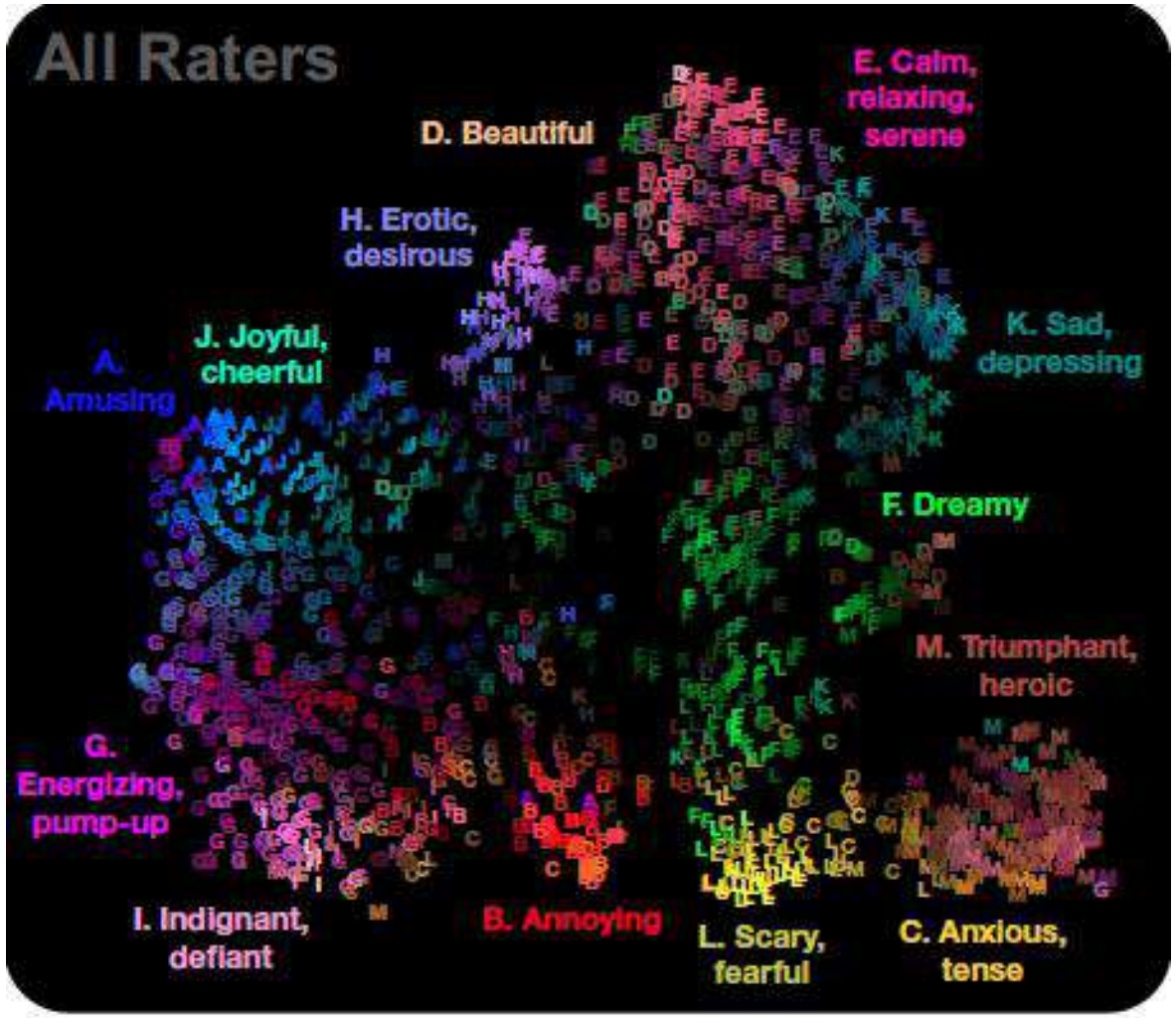
L'importance du parcours musical pour la régulation émotionnelle



Exploration du Moodboard des 13 émotions musicales

La palette graphique du « frisson musical »

- L'univers musical produit 13 émotions partagées par des cultures différentes, selon une étude de 2019 (Université de Berkeley. Cowen, Fang, Sauter et Keltner)
- https://www.ocf.berkeley.edu/%7Eacowen/music.html#



Quelles activités nous rendent le plus heureux?

Matthew Killingsworth, Dr Psychologie Harvard

Projet de recherche Track your Happiness

- 15000 personnes dans 83 pays sur 3 ans ont renseigné une appli iphone sur leur humeur corrélées à 22 activités

La musique, au 5ème rang

La recette de la « feelgood music »?

La formule« feelgood music » (Jacob Jolil-étude 2015 Alba)

- 10. **Walking on Sunshine** *Katrina & The Waves*
- 9. **I Will Survive** *Gloria Gaynor*
- 8. **Livin' on a Prayer** *Jon Bon Jovi*
- 7. **Girls Just Wanna Have Fun** *Cyndi Lauper*
- 6. **I'm a Believer** *The Monkeys*
- 5. **Eye of the Tiger** *Survivor*
- 4. **Uptown Girl** *Billie Joel*
- 3. **Good Vibrations** *The Beach Boys*
- 2. **Dancing Queen** *Abba*
- 1. **Don't Stop Me Now** *Queen*

La playlist « bonheur »

maZic
feel good music
at work

Jacob Jolij est un docteur en neuroscience spécialisé dans la psychologie cognitive aux Pays Bas

Les 10 chansons qui rendent heureux

Un scientifique a mis au point une équation

$$FGI = \frac{\sum L_{positive}}{(BPM - 150)^2 + \left(K - \left[\frac{1}{3} + \varepsilon, \frac{1}{3}, \frac{1}{3} - \varepsilon\right]\right) + 1}$$

FGI= Feel Good Indice

🔊 🔊

🔊 🔊

Auto-management et rituels musicaux

Vous prendrez bien une dose de musique

¼ d'heure de musique pour se sentir heureux, se relaxer, se débarrasser de la colère*

*Étude British academy of sound therapy/Deezer

Quels rituels pour développer l'agilité émotionnelle avec la Musique?

AGENDA	LIEU	MEDIA	PROBLEMATIQUE	OBJECTIF	KPI	FORCE
AVANT LE TRAVAIL						
AU TRAVAIL			Usage du casque?			
PENDANT LA PAUSE						
APRES LE TRAVAIL						

maZic
feel good music at work

Au programme

1. Musique et entreprise, Les enjeux sociétaux
2. Nudge Music Management, la musique entre bien-être et performance
    1. La musique comme régulateur émotionnel
    2. **L’engagement à travers la musique, le cas de la SNCF**

La musique comme facteur d’engagement

OU

Engagement + musique

Le cas de la SNCF

Nudge music management et engagement

Définition du Nudge : coup de pouce

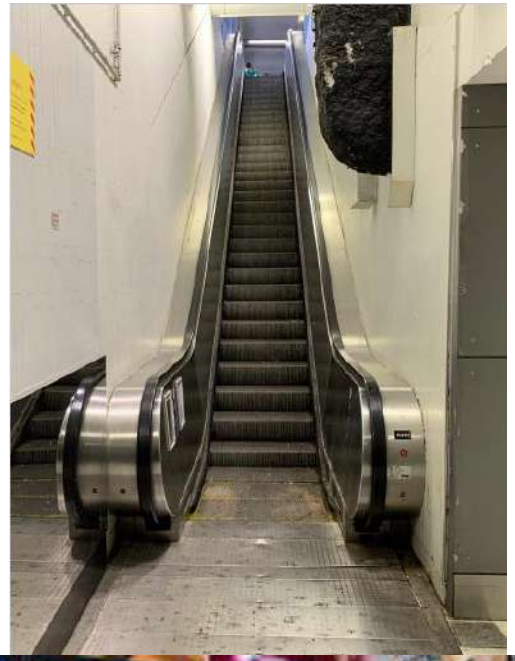
maZic
feel good music
at work

LE NUDGE ET LA PSYCHOLOGIE SOCIALE AU SERVICE DU MASS TRANSIT

NUDGE UNIT TRANSILIEN

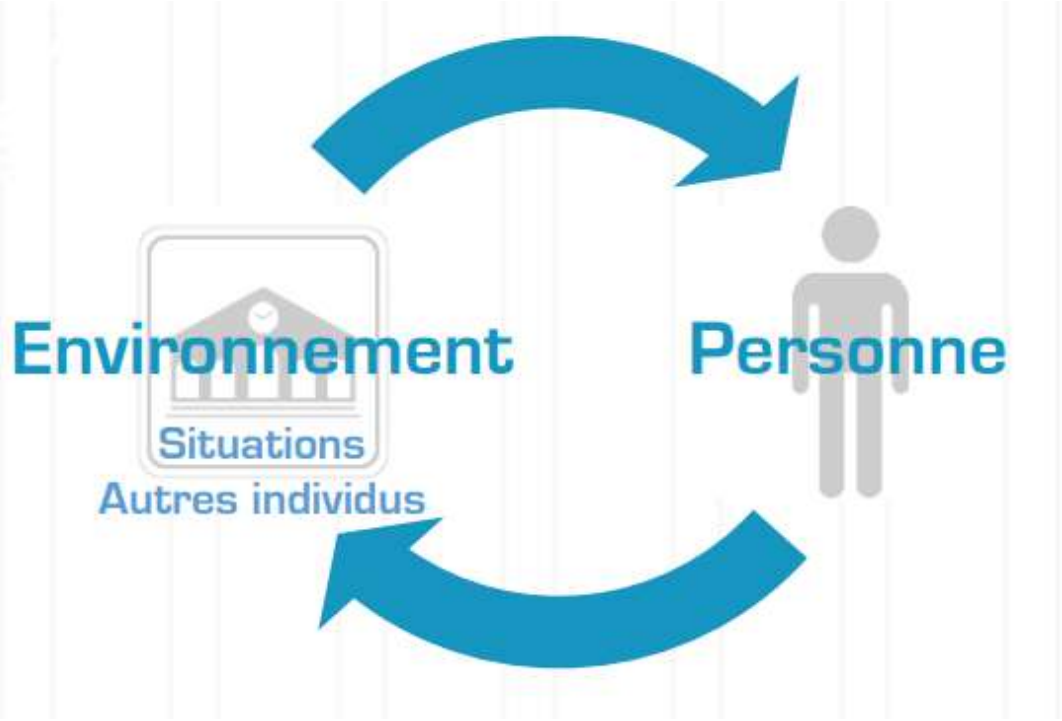
MASS TRANSIT ACADEMY

SNCF



Voie
C

POUR CHANGER LES COMPORTEMENTS, IL FAUT LES COMPRENDRE



Le comportement est le **résultat de l'interaction entre la personne et son environnement**.

→ Utiliser les sciences comportementales pour **mieux comprendre les comportements des voyageurs** et pour **« mettre en scène » de nouveaux comportements**

LE NUDGE C’EST QUOI ?

- Une méthode non contraignante
- Elle encourage, incite ou dissuade d’effectuer un comportement

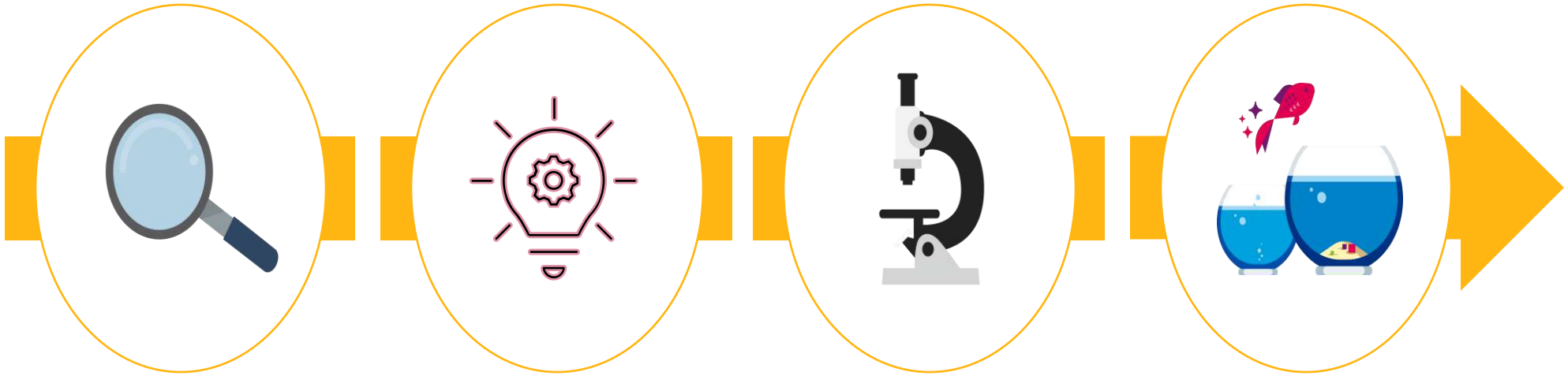
LA NUDGE UNIT TRANSILIEN, c'est quoi ?

Une **entité pionnière et une référence reconnue** dans le monde de l'entreprise et du transport public

en matière **d'application des sciences comportementales.**

Plus de 50 projets sur des sujets variés de **l'expérience voyageur** (gestion des flux, information voyageurs, vivre ensemble…)

COMMENT CA MARCHE ?



DIAGNOSTIC

CONCEPTION

EXPERIMENTATION

ANALYSE ET RESTITUTION

REDUIRE LES INCIVILITES

AVANT

APRÈS

-81%
d'épanchements

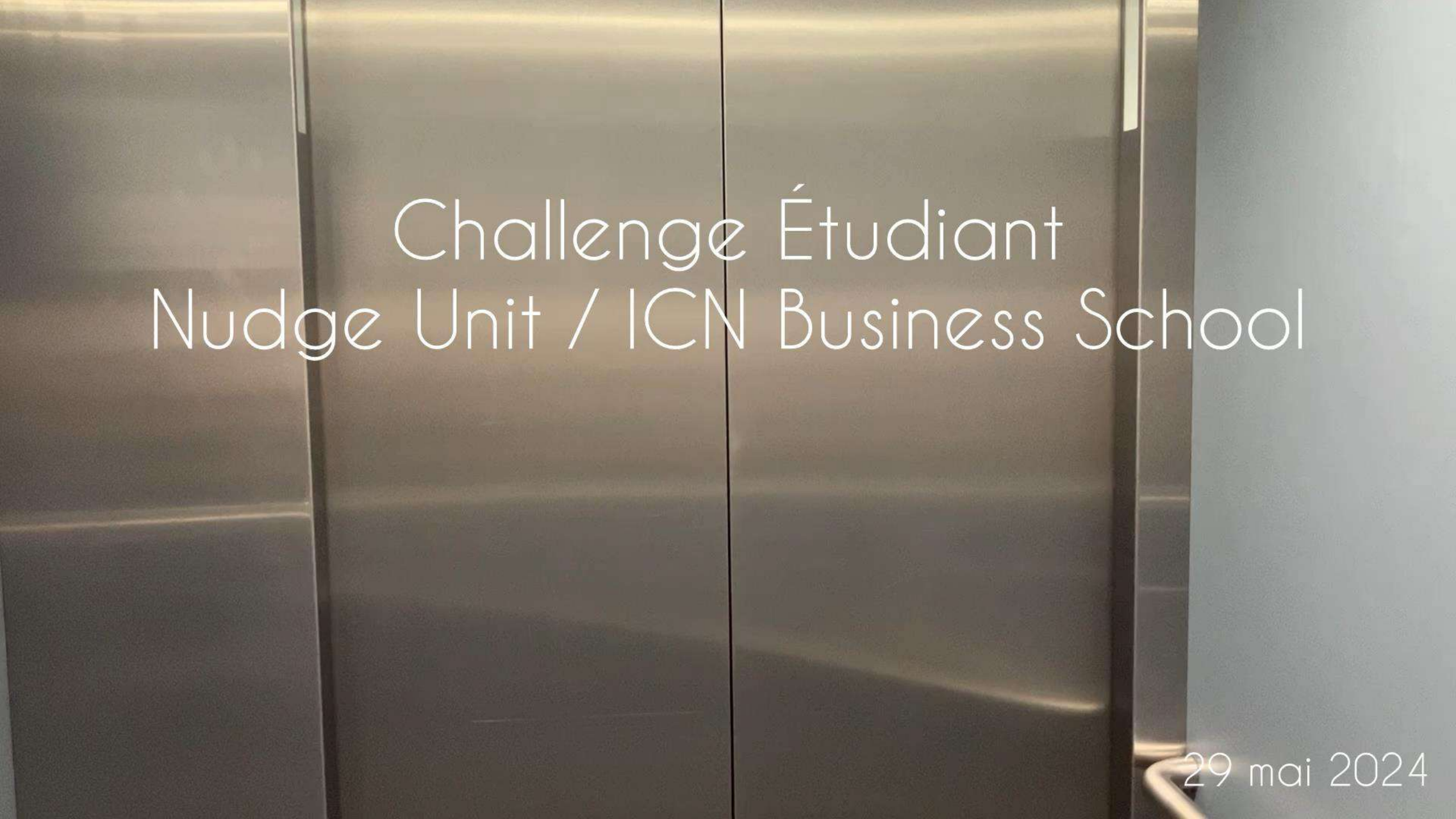
NUDGER LES ANNONCES SONORES

Répartition sur le quai

Scénarisation du message

LA BONNE RECETTE NUDGE :

- ✓ **Surprendre pour déclencher l'attention**
- ✓ **Utiliser le registre émotionnel, les sensations** *(toucher plus directement les voyageurs, faire appel à leur cerveau reptilien)*
- ✓ **Trouver des images qui « parlent » aux clients et qui permettent de visualiser la situation** : meilleure appropriation du message
- ✓ **L'humour diminue le stress**
- ✓ **Evoquer une ambiance** *(ex. fermeture éclair pour bagage; bruits de pas pour déplacement…)* **facilite la compréhension et la mémorisation**


Challenge Étudiant
Nudge Unit / ICN Business School
29 mai 2024

Annonces musicalisées

1. Faire marcher les usagers plus lentement pour éviter les bousculades

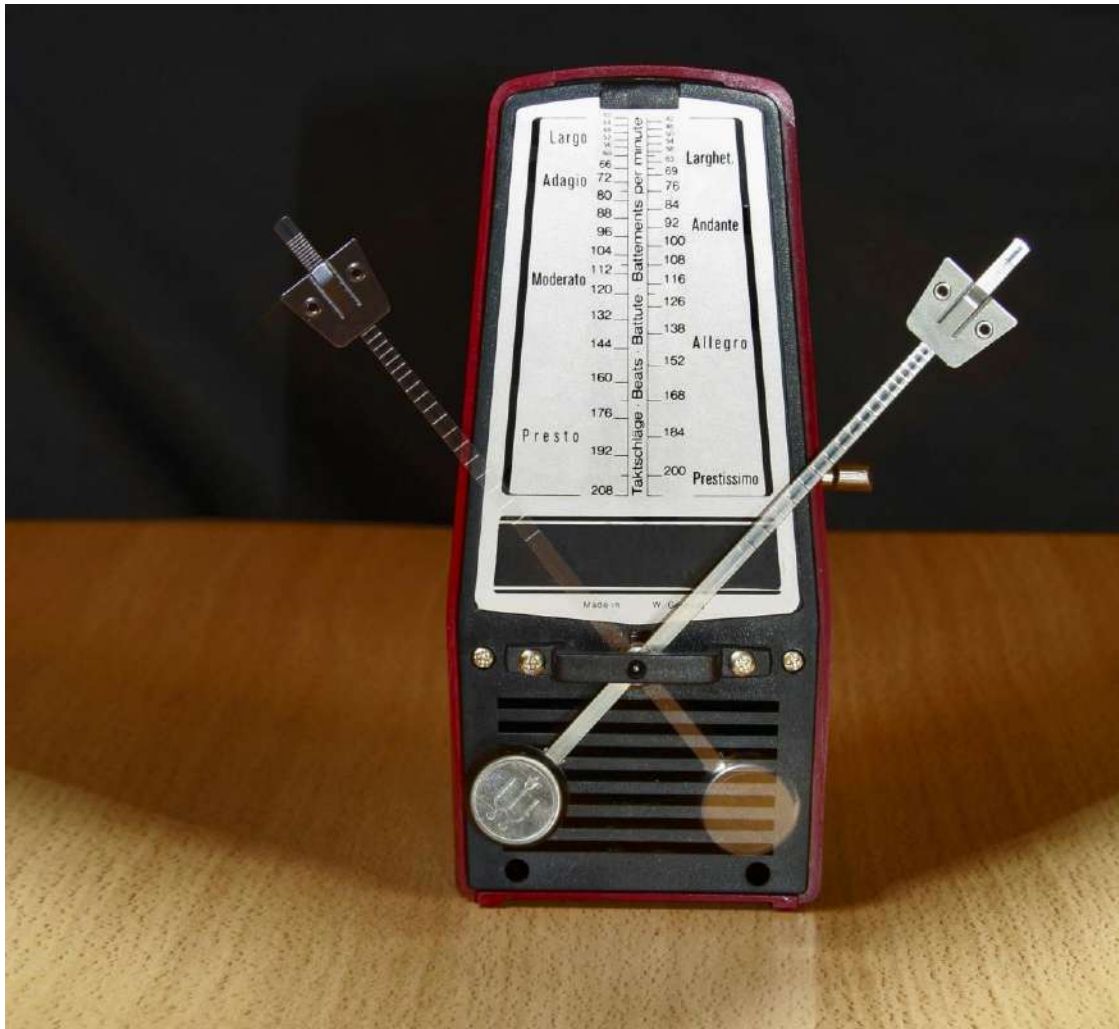
« Vous pouvez souffler,

Vous êtes à la gare du Nord.

Pas à pas, avancez sans tracas.»

Les facteurs de changement musicaux : temporalité

- Choix du tempo
- Synchronicité motrice
- Réduction de l'espace temps



Annonces musicalisées

2. Favoriser l’attention pour éviter de perdre son bagage : résultats +30%

Valise, téléphone, clés

Fais attention à tes affaires, superman ne va pas te les rapporter

Les facteurs de changement musicaux :

Ego

- Choix figure du super-heros
- Voix de la raison
- Dissuasion

maZic
feel good music
at work

SNCF connect/Aliocha Schneider

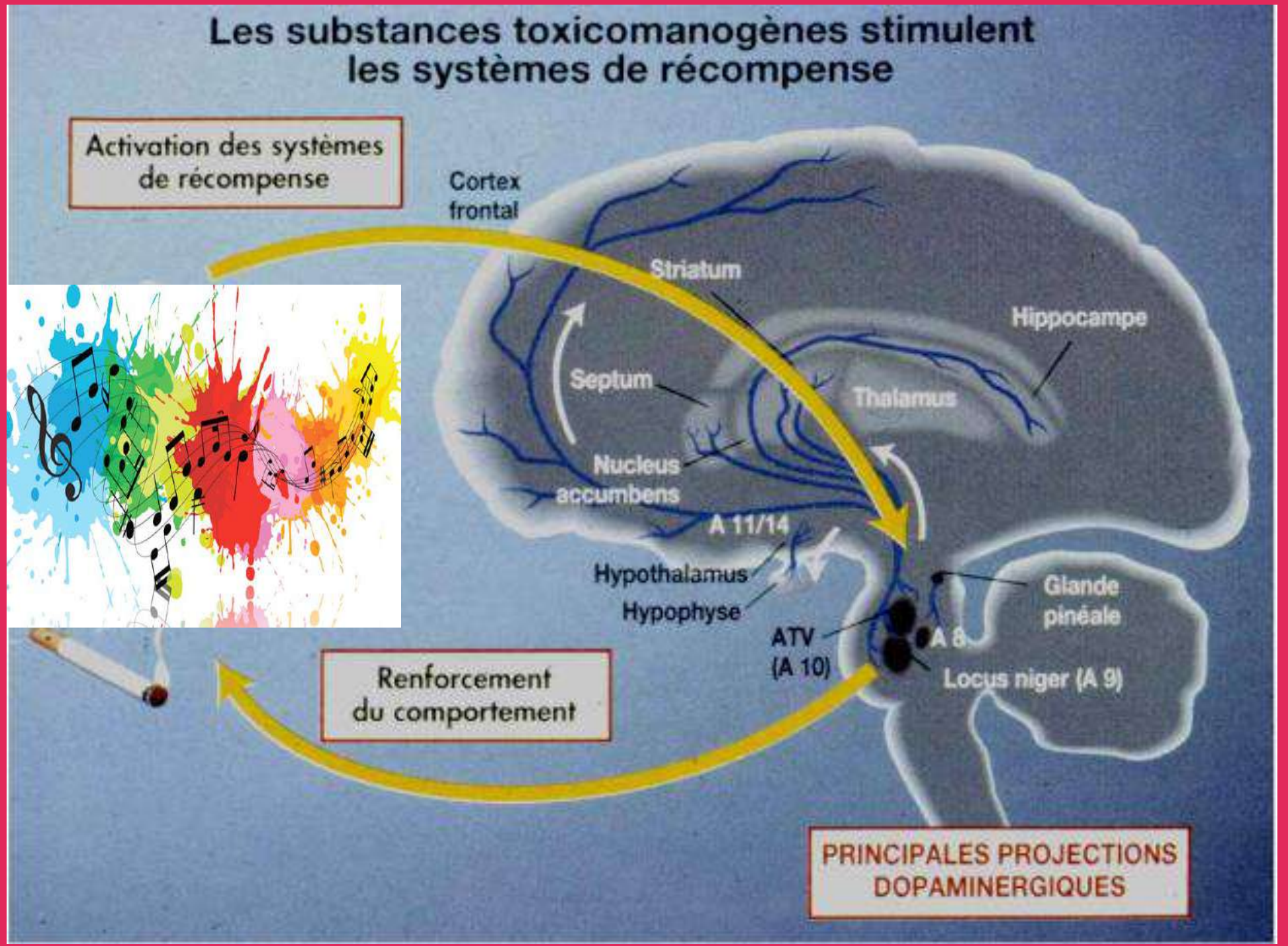
SNCF hexagone/Gaël Faye

Nudge et engagement

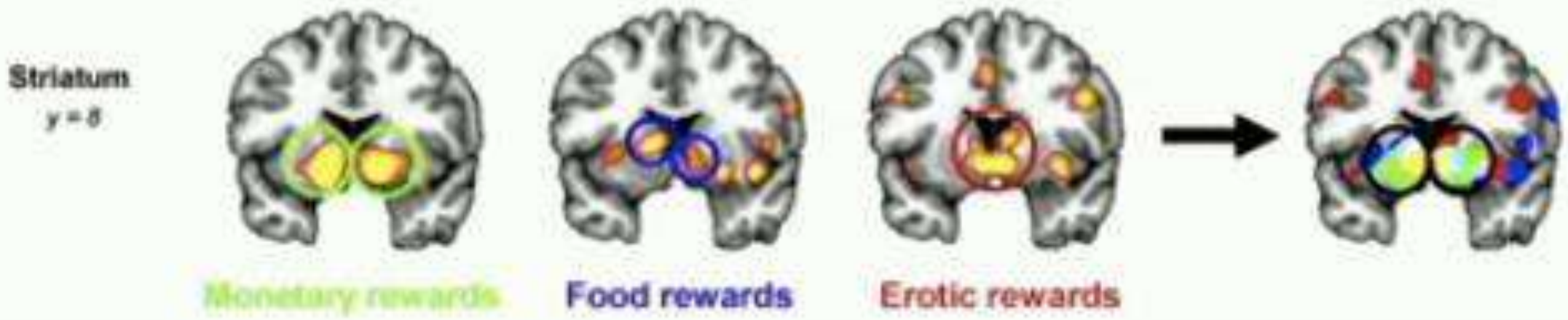
Exemple métro Stockholm : fluidifier le trafic

maZic
feel good music
at work

Les substances toxicomanogènes stimulent les systèmes de récompense



L’activation du système de la recompense détermine l’engagement de l’individu dans l’activité : la musique stimule le système de la récompense



Nudge et engagement

Dans la pratique

Le Sludge, le contraire du Nudge

Exemple d’un fast food

maZic
feel good music
at work

Nudge et engagement

4 piliers selon les sciences comportementales

UNE MISSION TRANSCENDANTE

LE SENS DE L'ACCOMPLISSEMENT

LA CAMARADERIE
L'appartenance
La confiance
La gentillesse

L'EQUITE

*Eric Singler, Nudge Management

maZic
feel good music
at work

Au programme

1. Musique et entreprise, Les enjeux sociétaux
2. Nudge Music Management, la musique entre bien-être et performance
    1. La musique comme régulateur émotionnel
    2. L'engagement à travers la musique, le cas de la SNCF
    3. **Culture d'entreprise et environnement musical, le cas du retail**

Musique et culture d’entreprise

L’art de faire société

Quand la musique donne le « la » de la culture d’entreprise

De la petite enfance à l'âge adulte: la musique donne le « la »

Quand la musique donne le « la » de la norme sociale

Fidélisation, appartenance, la musique donne le « la » de la culture d'entreprise

Valorisation des talents hors contexte hiérarchique

Ice breaker

Vecteur de communication

Meilleure gestion du stress

Défi créatif pouvant être poussé jusqu'à l'hymne

© ©Jean-Sébastien Rochat

Playing for Philarmonie de la société gén

Réseaux sociaux, la musique donne le « la » de la culture d'entreprise

Posts de Paul

Paul Hermelin · 1er
Chairman Of The Board at Capgemini
2 j ·

Music 259
March 8, women's day. So let us celebrate female artists. My first thought was Aretha, again. But maybe too classic. Then Roberta Flack who passed away on Feb 24. Or prominent voices like Adele, or strong personalities, and there are many. But my pick is to celebrate a legendary lady, Kate Bush. I was reserved at the very start, but the Hounds of Love album was a true masterpiece. So different, so beautiful. Running Up That Hill: https://lnkd.in/egQAx3sY #music #share #strongertogether

Afficher la traduction

Kate Bush - Running Up That Hill - Official Music Video
youtube.com

118 67 commentaires · 1 republication

Mise en avant des valeurs de l'entreprise

Thématiques inclusives

Sparknews, quand la musique inspire la réflexion sur l'écologie

INTERGENERATIONAL MUSIC MAKING
Generations of Music

Programme Spark-générations

Création d'une œuvre par les enfants de dirigeants

Playlist thématique

Au programme

1. Musique et entreprise, Les enjeux sociétaux
2. Nudge Music Management, la musique entre bien-être et performance
    1. La musique comme régulateur émotionnel
    2. L'engagement à travers la musique, le cas de la SNCF
    3. Musique et culture d'entreprise
    4. **Musique, environnement et performance, le cas du retail**

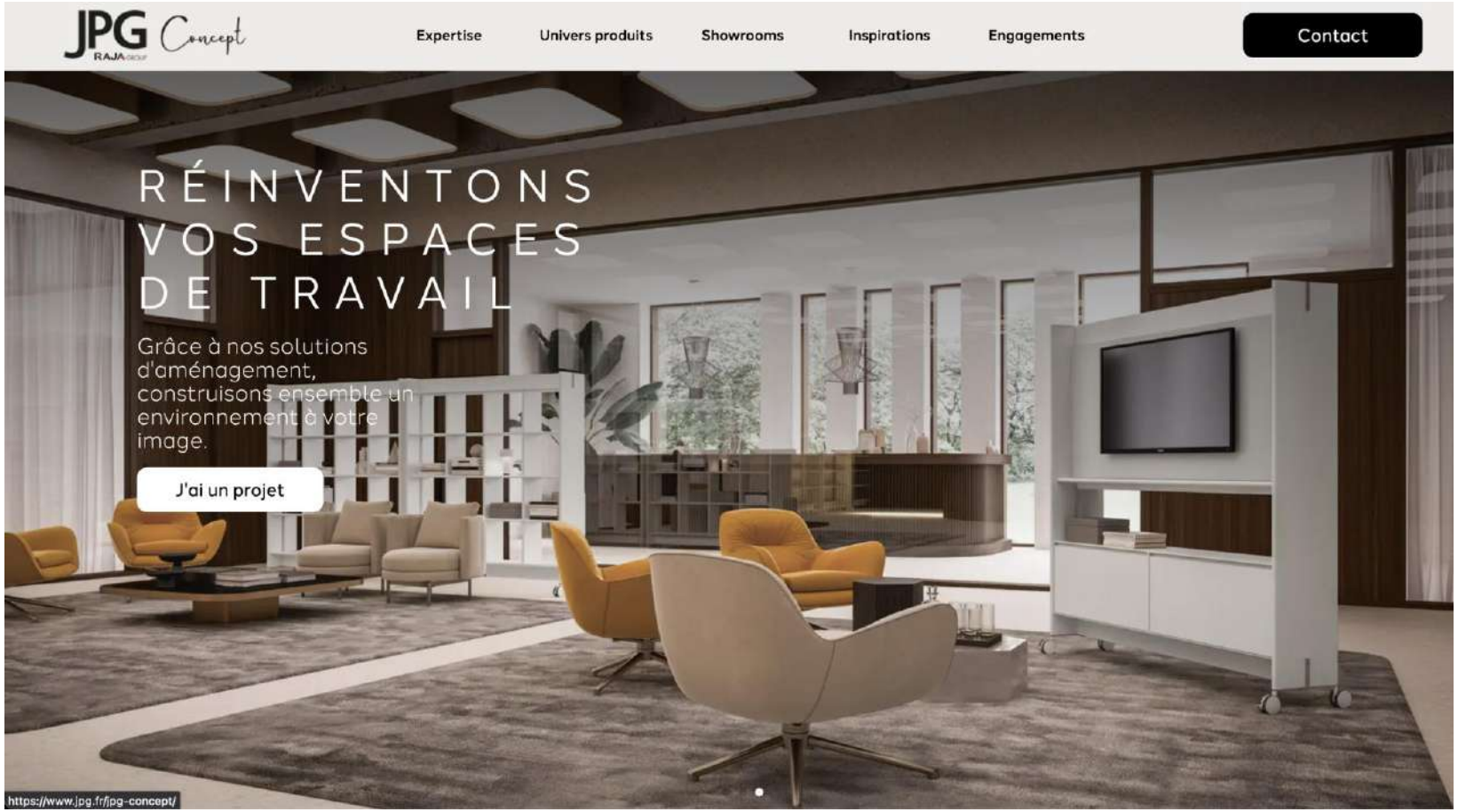
Musique, environnement et performance

L’initiative ludique de SNCF

Nudge, environnement de travail et performance

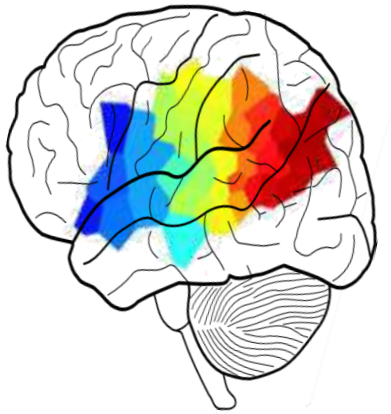
Le modèle SALIENT,
Pr Paul Dolan

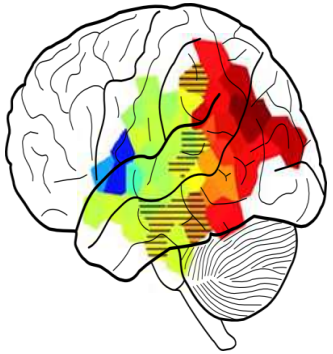
- Sound
- Air
- Light
- Image
- Ergonomics
- Nature
- Tint



Le silence est « insupportable »

« Pollution sonore »





Le silence est « insupportable » ?

« Pollution sonore »

Focus Retail et musique

maZic
feel good music
at work

Du retail à la musique

Mes convictions…

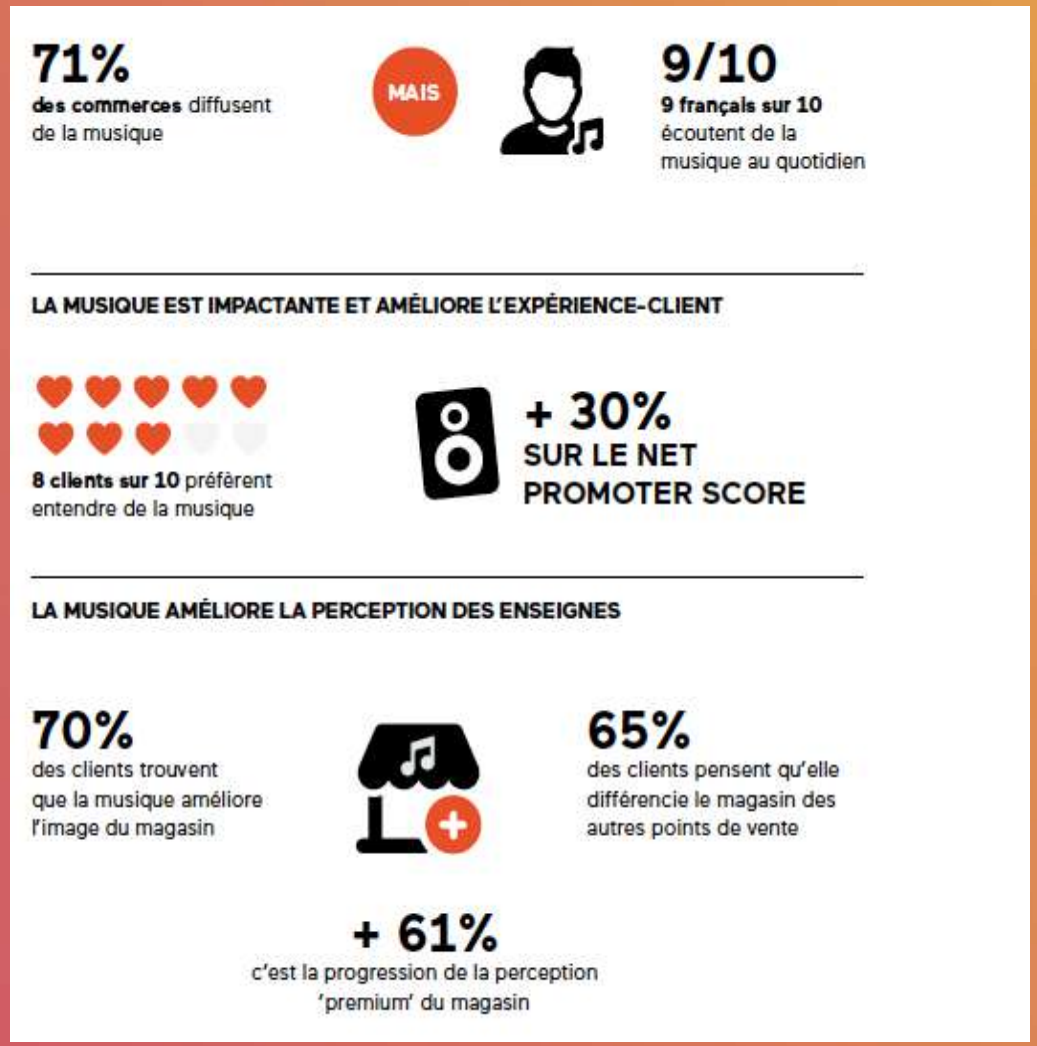
- Bien accueillir ses clients
- Motivation
- Fédérer
- Performance

- Symétrie des attentions
- Management bienveillant
- « Faire société »
- Valorisation

- Expérience client collaborateur +
- e-motion régulée
- Convivialité
- Perception+ de l’attente en caisse
- Meilleurs PM et CA

Musique, retail et bénéfices

Amélioration de l'image de marque



maZic
feel good music at work

Musique, retail et bénéfices

Confidentialité, relation client

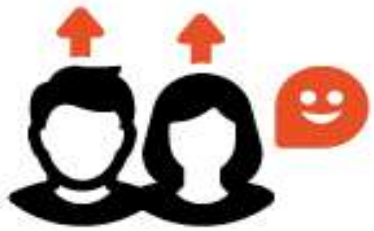
**SÉRIEUX ET CONFIDENTIALITÉ,
LES NOUVEAUX ATOUTS DE LA MUSIQUE EN POINTS DE VENTE**

76%
des clients affirment que
**la diffusion de musique est
compatible avec le sérieux
du point de vente**

56%
des clients trouvent que
**la musique est garante
de la confidentialité
des échanges**

**LA MUSIQUE AMÉLIORE LA RELATION AVEC LES CLIENTS
ET LE QUOTIDIEN DES SALARIÉS**

73%
des clients se sentent
plus en forme grâce à
la diffusion de musique



93%
des salariés **préfèrent
travailler en musique**

76%
des clients trouvent que
le temps d'attente passe plus vite

Les clients sont de meilleure humeur
d'après 67% des salariés et **la relation
vendeur client est facilitée !**

maZic
feel good music
at work

nature

Explore content · About the journal · Publish with us

nature > scientific correspondence > article

Published: 13 November 1997

In-store music affects product choice

Adrian C. North, David J. Hargreaves & Jennifer McKendrick

	When French music played	When German music played
Bottles of French wine sold	40 (76.9%)	12 (23.1%)
Bottles of German wine sold	8 (26.7%)	22 (73.3%)
Extent to which music made respondents think of France (0 = not at all, 10 = very much)	6.25 ± 3.34	2.5 ± 3.68
Extent to which music made respondents think of Germany (0 = not at all, 10 = very much)	1.52 ± 2.08	6.08 ± 3.73
Usual wine preference of respondents (0 = French, 10 = German)	3.54 ± 3.44	5.58 ± 2.78

Quel regard portes-tu sur la musique en magasin?

La musique projette l’objet dans le futur contexte de son utilisation

Zoning de l’environnement de travail

Une solution adaptée à chaque espace

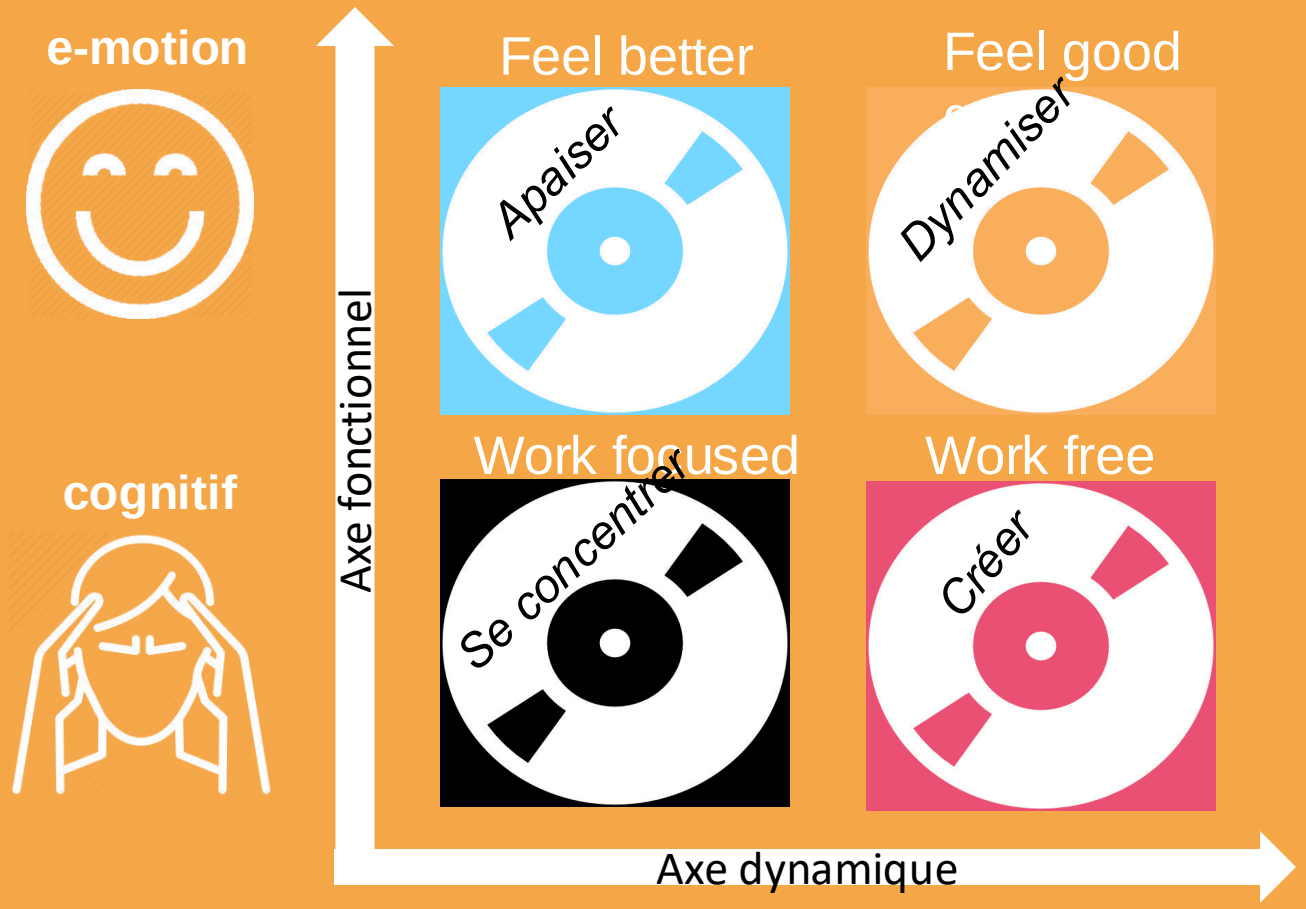
maZic
feel good music at work

Merchandising sonore

Exemple de la zone de réception

Animu-zic, des playlists selon vos objectifs

de régulation émotionnelle, et/ou de mobilisation des fonctions cognitives



maZic
feel good music at work

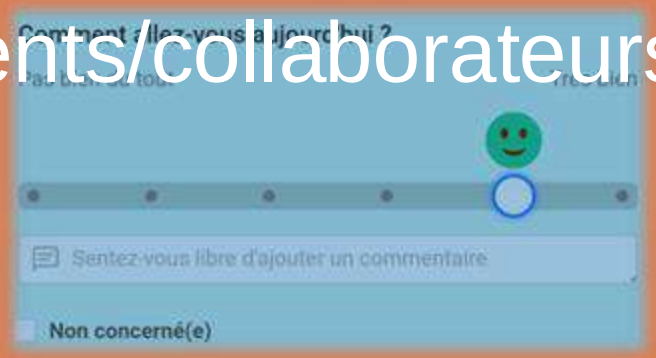
Exemple des playlists Vitalliance

Renforcer le lien et l'efficacité de la relation auxiliaires de vie/Clients

maZic
feel good music
at work

Baromètre de satisfaction de l’expérience client/collaborateur

Sondez vos clients/collaborateurs



Mieux comprendre vos équ

Thématiques

- Engagement
- QVT
- Environnement de travail
- Reconnaissance managériale
- Moral
- Santé
- Sentiment d’appartenance
- Sentiment de progression
- Perception des valeurs
- Perception du sens au travail

Au programme

1. Musique et entreprise, Les enjeux sociétaux
2. Nudge Music Management, la musique entre bien-être et performance
    1. La musique comme régulateur émotionnel
    2. L'engagement à travers la musique, le cas de la SNCF
    3. Musique et culture d'entreprise
    4. Musique, environnement et performance, le cas du retail
    5. **Musique et identité de marque**

Musique et identité de marque

Une longue histoire

Le design sonore determine l’engagement envers l’objet

Information (quand la tartine est-elle grillée ?)
Cohérence du produit (son à la « hauteur » de la technologie)
Identité de la marque (signature sonore)

Nestlé
CRUNCH

maZic
feel good music
at work

Qualification du son dans l'expérience multimodale d'un rouge à lèvre

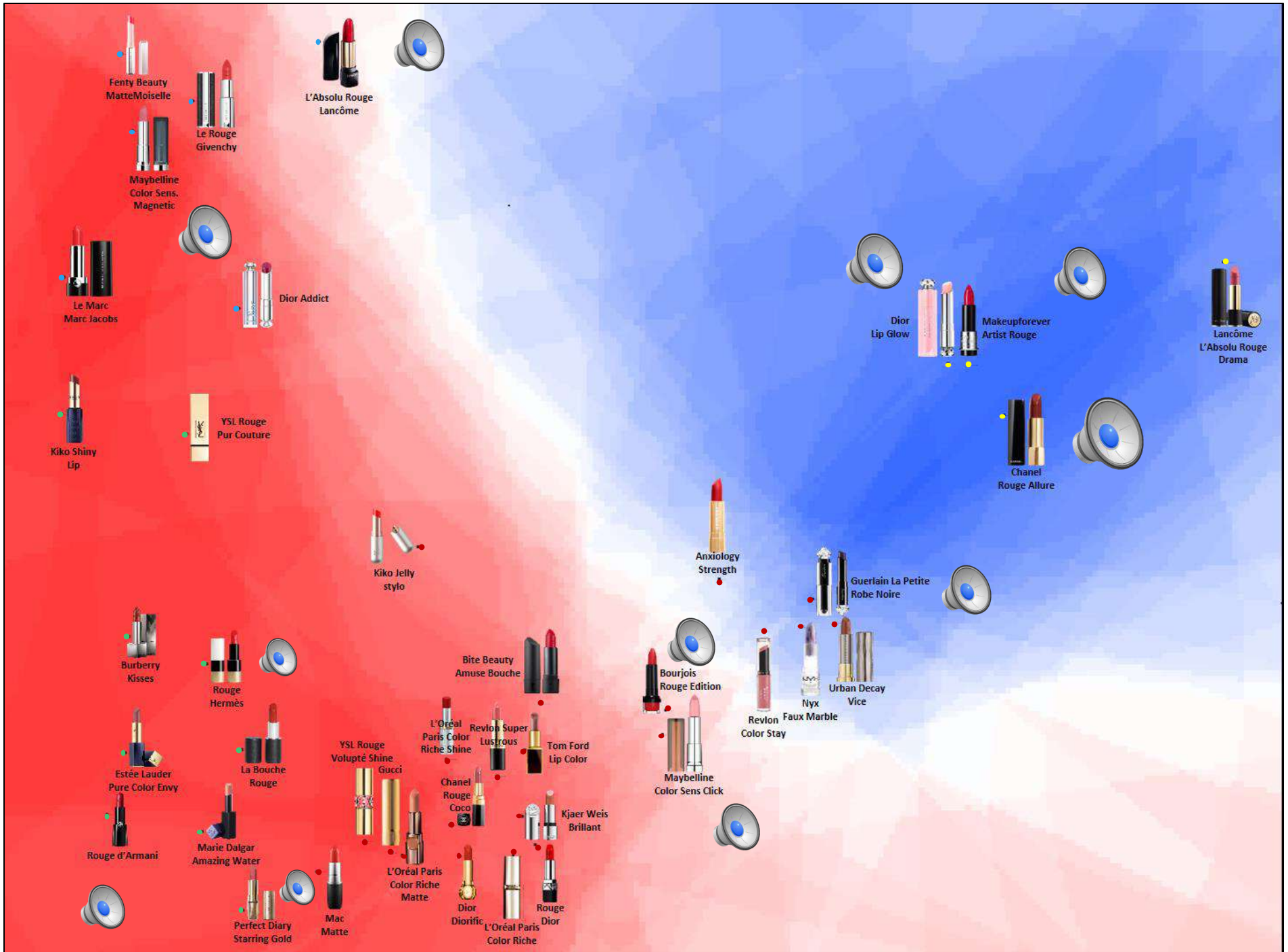
UBFC
UNIVERSITÉ
BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

uB
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

LEAD

cnrs

L'ORÉAL
PARIS


Fenty Beauty MatteMoiselle
Le Rouge Givenchy
L'Absolu Rouge Lancôme
Maybelline Color Sens. Magnetic
Le Marc Marc Jacobs
Dior Addict
Kiko Shiny Lip
YSL Rouge Pur Couture
Dior Lip Glow
Makeupforever Artist Rouge
Lancôme L'Absolu Rouge Drama
Chanel Rouge Allure
Kiko Jelly stylo
Anxiology Strength
Guerlain La Petite Robe Noire
Burberry Kisses
Rouge Hermès
Bite Beauty Amuse Bouche
Bourjois Rouge Edition
Revlon Color Stay
Nyx Faux Marble
Urban Decay Vice
Estée Lauder Pure Color Envy
La Bouche Rouge
YSL Rouge Volupté Shine
Gucci
L'Oréal Paris Color Riche Shine
Revlon Super Lustrous
Tom Ford Lip Color
Maybelline Color Sens Click
Rouge d'Armani
Marie Dalgar Amazing Water
Chanel Rouge Coco
Kjaer Weis Brillant
L'Oréal Paris Color Riche Matte
Perfect Diary Starring Gold
Mac Matte
Dior Diorific
L'Oréal Paris Color Riche
Rouge Dior

Influenceurs musiciens, la voix des marques

- Image clean et rassurante
- 105M auditeurs/mois Spotify, 269M Instagram
- Eras tour, CA>1 milliard
- Partenariat Diet Coke
  - -->Rajeunir la cible

maZic
feel good music
at work

Audio branding. Blind test jingles

Audio branding

- 🎯 Impact fort
  - surabondante exposition des messages visuels
  - phénomène émergent podcasts et résistant du format radio
  - cognitif, vers d'oreille, fonction mnemotechnique, inscription mémorielle dans la durée a contrario des éléments visuels
  - bénéfices marketing dans le rôle de porte-voix de la marque :
    - Engagement
    - Lien affectif émotionnel
    - Avantage concurrentiel

Dim, une musique de pub intemporelle (Lalo Schiffrin)-1969

maZic
feel good music
at work

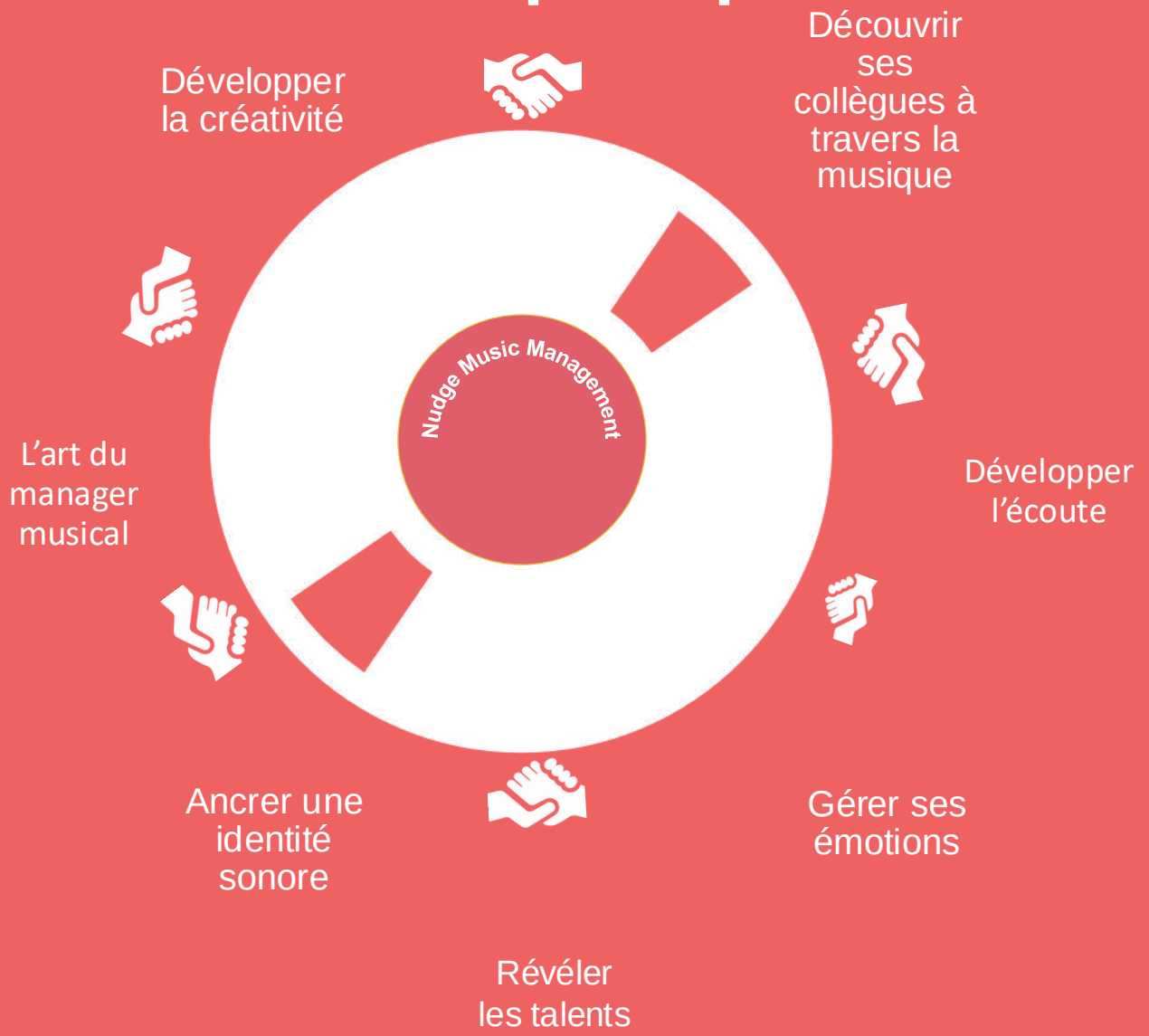
Dim, une musique de pub intemporelle (Lalo Schiffrin)-2017

Rewind Richard Gotainer, le roi de la pub 80’s

Publicité Chanel

Le même titre pour Apple?

Formations musique pour l’entreprise



maZic
feel good music at work

Oyez oh yeah!

La musique tous les jours

Minimum 15mn

- Pour vous motiver
- Pour vous relaxer
- Pour vous concentrer
- Pour être plus créatif

Oyez, Oh yeah!

Jouez le jeu de la musique

- S’inscrit dans vos objectifs de qualité de vie au travail et votre stratégie RSE
  - Agit dans la durée et le quotidien de tous les salariés de l’entreprise
  - Développe un esprit de convivialité « comme à la maison » dans l’ensemble de vos locaux
  - Améliore ambiance et confidentialité
  - Facilite l’inter-générationnalité
- Développe l’engagement de vos collaborateurs et de vos clients
- Inspire votre culture d’entreprise
- Renforce l’identité et la marque employeur

merci

maZic
feel good music
at work

www.mazic.biz

Frédéric Parmentier, une double passion fondatrice de

maZic
feel good music at work

MANAGEMENT

20 ans d'expérience de direction de BU retail

MU**SIC**

Du mélomane au producteur

Discothèque>3000 albums

Musicien, compositeur, ré[illegible]ateur

LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE

ETAMGROUPE

MORGAN
MORGAN DE TOI !

KOOKAÏ
PARIS

Culture d'entreprise, QVCT, Engagement, Marque employeur, Identité de marque

maZic

feel good music
at work

Conseille les entreprises dans leur stratégie de transformation managériale pour améliorer performance et bien-être