

Le Figaro économie

Être un patron normal devient « tendance »

Par **Isabelle de Foucaud** | Publié le 24/09/2012

La crise a bouleversé les comportements des dirigeants. Le style de gestion à l'anglo-saxonne cède la place à davantage de proximité avec les équipes.

Aujourd'hui, il est de bon ton d'être un patron anti-bling-bling. Un peu à l'image de **Louis Gallois**, l'ex-PDG d'**EADS** (maison mère d'Airbus), dont l'humilité affichée et le désintérêt assumé pour l'argent ont marqué la carrière. «Les comportements des chefs d'entreprise ont indéniablement subi l'effet crise», observe sur le terrain Jean-Yves David, gérant de Mentorys, spécialisé dans le coaching d'affaires. Un constat partagé par Jean-François Moine, consultant et expert en communication managériale à la Cegos. «Le style de gestion à l'anglo-saxonne, qui prône la rationalisation à outrance des systèmes d'information, souvent au détriment des contacts humains, a perdu ses lettres de noblesse.» Résultat, les patrons réinvestissent le terrain et renouent avec les réunions.

Adopter le ton juste

«Notre rôle est de sensibiliser nos équipes aux difficultés de l'entreprise, mais il faut parfois habiller la vérité pour ne pas transmettre nos inquiétudes et démobiliser nos collaborateurs», témoigne Régis Duchamp, PDG de Promostim, une société spécialisée dans les forces de ventes qui emploie 24 salariés, à qui il a dû annoncer des licenciements pour 2012, malgré une année de «bénéfices records» en 2011.

Trouver le ton juste en interne s'avère d'autant plus délicat que les dirigeants ont l'impression d'avoir été stigmatisés et montrés du doigt ces derniers mois. «Les patrons sont devenus des boucs émissaires, déplorait récemment **Xavier Fontanet**, ancien PDG d'Essilor aujourd'hui administrateur de sociétés, dans un entretien au «Figaro Magazine» (8 septembre 2012). Il y a eu des excès condamnables, mais il ne faut pas oublier que la grande majorité des patrons sont travailleurs, honnêtes et efficaces.» Soumis à la pression de l'opinion publique, les dirigeants se montrent plus prudents.

«Ils ont tendance à montrer l'exemple en évitant l'ostentation, notamment dans leurs moyens de transports, ou en restreignant leurs dépenses de séminaires, par exemple», souligne Éric Giully, PDG du cabinet de conseil en communication Clai. Une tendance qui s'accélérera sans doute sous l'influence de **François Hollande**, qui s'attache à soigner son image de «président normal» depuis son accession à l'Élysée. «Le style présidentiel aura un impact visible sur l'attitude des dirigeants, qui, à moins d'être fous ou provocateurs, éviteront de faire étalage de leur richesse», parie Jean-François Moine.

«Normalité» en trompe-l'œil

Pour **Sophie de Menthon**, chef d'entreprise et présidente du Mouvement Ethic (*), toutefois, «les patrons n'ont pas attendu le nouveau président pour adopter de nouveaux comportements». D'autant que, selon elle, une «nouvelle génération» s'installe progressivement aux commandes des entreprises, y insufflant une manière différente de diriger et d'incarner l'autorité, adaptée aux évolutions de la société. «Ces jeunes patrons ont entre 40 et 45 ans, tutoient leurs équipes et ont fait tomber la cravate», résume-t-elle. Mais si les hiérarchies s'effacent en apparence, «un patron ne peut pas être normal, assure-t-elle. Un dirigeant lisse n'est pas une bonne chose pour une entreprise car il n'inspire pas confiance».

Pour Éric Giully, cette «normalité» doit de toute façon être relativisée. «En France, les signes visibles de prestige tendent peut-être à disparaître, mais ils sont largement compensés par une augmentation des écarts de niveau de vie.»

(*) Sophie de Menthon a écrit «**Le Savoir-Vivre en entreprise**», publié aux éditions Eyrolles.