

Avant, ils faisaient dans le paternalisme. Aujourd'hui, les patrons se la jouent sans complexe. Un narcissisme nécessaire, selon l'essai de la psychologue consultante Bénédicte Haubold.

Narcisse, saint patron des PDG

ancé sabre au clair à la conquête de la chaîne privée britannique ITV, Richard Branson est tombé sur un os : Rupert Murdoch. En devenant le premier actionnaire de la société, l'homme d'affaires d'origine australienne risque de faire capoter l'OPA du fondateur de la galaxie Virgin.

Visiblement très contrarié, le « hippie-capitaliste » a comparé son adversaire à « un gorille de 400 kilos » et appelé à la rescousse le gouvernement de Sa Très Gracieuse Majesté sur l'air de « ce qui est bon pour Branson est bon pour le pays ». On sent bien que si son projet venait à échouer, Sir Richard, qui a toujours su mettre en scène son image d'entrepreneur sans peur et sans reproche – il a traversé l'Atlantique en ballon et projette de participer au premier voyage touristique dans l'espace –, subirait d'abord une blessure d'amour-propre.

A vrai dire, les patrons sont de plus en plus égotistes. Avant, ils faisaient dans le paternalisme. Maintenant, ils se la jouent. C'est plus fort qu'eux ; ils sont devenus lyriques, n'arrêtent pas d'employer de grands mots, veulent mener des clubs de football vers la victoire et créent toutes sortes de fondations. Les businessmen du xx^e siècle expriment également en chiffres la très haute idée qu'ils ont d'eux-mêmes. Les PDG du CAC 40 touchent en moyenne un revenu mensuel 400 fois supérieur au smic mais, parfois, cela dérape. Après avoir amassé quelque 200 millions d'euros en stock-options et autres gratifications, Antoine Zacharias a fini par être évincé de la présidence de Vinci par un conseil d'administration qui, jusqu'alors, ne lui avait rien refusé. Jean-Marie Messier a longtemps fasciné ses pairs avant que ses frasques ne fassent émerger le concept, légèrement faux-cul car souvent très



Sans peur et sans reproche, le patron de Virgin veut développer le tourisme spatial.

formel, de « gouvernance d'entreprise ». Dans ces conditions, même lorsqu'un patron veut lutter contre la pauvreté et expier ses années-fric, comme Bill Gates, on ne peut s'empêcher de subodorer je ne sais quelle quête de reconnaissance un peu déplacée.

« Pour un chef d'entreprise, être charismatique est devenu une absolue nécessité ; le supplément d'âme permet de tenir un discours fédérateur à des salariés pour lesquels l'entreprise apparaît souvent comme un monstre froid », analyse

Bénédicte Haubold, psychologue et consultante qui vient de publier *Le Narcissisme des dirigeants* (éditions Lignes de repères, 12 euros). « Les chasseurs de tête savent que l'aura d'un patron participe de la construction d'un idéal collectif – surtout pour les entreprises en manque de stratégie – et ils recherchent de plus en plus des dirigeants à dominante narcissique », assure-t-elle.

Tout cela fait froid dans le dos. Pour se remettre, on pourra se plonger dans le dernier dossier *Fluide glacial* (hors-série, 4,90 euros) intitulé « Votre entreprise en 2007, ça va déménager ». Un petit chef-d'œuvre d'humour noir, très Gotlib dans l'esprit. Les principales enquêtes s'intitulent « Team building : osez le stage de motivation à balles réelles », « Alterbusiness : recrutez des branleurs » ou encore « Licencier en s'amusant, c'est possible ! »