



BASSIGNAC GILLES

1 L'air jovial est la marque d'une sympathie et d'une fougue communicatives qui ont toujours été sa force. Mais gare à la caricature. Il faudra maintenant jouer du sourire avec parcimonie, tout en posant une voix qui part trop souvent dans les aigus.

2 Sa gestuelle énergique renforcé son image de trublion des supérettes. En modérant ces attitudes, il effacera l'impression d'hyperactivité brouillonne qui va avec.

3 En bras de chemise, façon chef de rayon, il perd en crédibilité ce qu'il gagne en dynamisme. Davantage de sévérité dans la tenue lui permettrait de se libérer de son propre personnage.

Michel-Edouard Leclerc Changez de rayon !

Notre coach a disséqué la personnalité du plus provocateur des patrons. Conclusion : à l'heure de sa croisade anti-inflation, il lui faut passer de l'agitation à la pondération.

Il est une règle d'or, sans cesse redécouverte dans l'exercice du coaching : les personnalités portées par des convictions fortes et sincères ont une faculté inouïe à se mettre en valeur, à provoquer l'écoute, à séduire aussi. Le cas de Michel-Edouard Leclerc ne laisse aucun doute. Il faut dire que l'enfant terrible de la distribution a éprouvé son caractère dans des lieux où l'on ne badine pas avec les convictions : le petit séminaire de Viry-Châtillon, les Jeunesses socialistes, et surtout la maison du père, Edouard, ce fort en gueule, inspiré, qui a déplacé des montagnes pour bâtir la première enseigne de distribution en France. Cette formation éclectique lui a donné des armes rhétoriques, psychologiques et intellectuelles d'une grande variété, qui lui permettent aujourd'hui d'utiliser une large palette d'attitudes ou de postures. Voilà pourquoi Michel-Edouard est un ovni dans le monde français de l'entreprise.

Cet homme-là est sûr d'incarner une histoire et de porter un message singulier. Il combat tous les monopoles, divinise la concurrence, défend comme s'il s'agissait de l'intérêt de sa propre famille le pouvoir d'achat des Français, pourfend l'individualisme et croit à une nouvelle utopie : une société où chacun aurait sa place. Avec un brin de démagogie ? La constance et la durée de cette croisade en Caddie plaident en sa faveur.

Mais voilà, Michel-Edouard Leclerc doit désormais changer de peau et se libérer de son propre personnage. Ce rôle de provocateur de supérette, ces envolées lyriques aussi soudaines que dévastatrices, et qui l'ont tant servi, ne sont peut-être plus de son niveau. Il risque désormais la caricature, l'effritement de sa crédibilité, et surtout de rater une nouvelle étape stratégique : la famille ne possède plus la marque Leclerc (elle appartient désormais au groupement des franchisés), et son entreprise doit maintenant trouver sa marque dans le marché mondial. Michel-Edouard ne peut plus se limiter aux joutes franco-françaises, mais endosser le rôle d'un manager visionnaire.

Dans cette nouvelle tâche, l'homme a des atouts : son profil de gendre idéal auquel rien ne semble résister dégage une sympathie naturelle. Il lui faut maintenant

donner une puissance naturelle à ses interventions et sortir de son rôle d'animateur public. Limiter ses interventions à la télé aux sujets économiques ou de fond, par exemple, pour ne pas diluer et abîmer son message. Jouer de son sourire avec davantage de parcimonie et le réserver aux grandes occasions. Apparaître un peu plus sévère pourrait compenser ce côté spontanément jovial. En travaillant légèrement le positionnement de sa voix, trop aiguë, ainsi que sa gestuelle, il pourrait effacer l'impression d'hyperactivité brouillonne qu'il dégage souvent. Son père, plutôt avare en compliments et en effusion de sentiments, reprochait déjà à Michel-Edouard sa sensiblerie et sa propension à donner trop facilement sa confiance...

Consultation de Pascal Vancutsem
Fondateur de Coaching & Performance