

Les études sans issue mènent à tout

Ces managers avaient suivi un cursus en lettres, histoire de l'art, sociologie ou théologie, où les débouchés ne sont pas évidents. Mais ils ont bien négocié leur tournant.

Quel genre d'études a bien pu suivre Anne Mulcahy pour devenir présidente du directoire du groupe Xerox aux Etats-Unis en 2002 ? Une prestigieuse école d'ingénieurs, un MBA à Stanford, l'équivalent américain de Polytechnique ? Vous n'y êtes pas du tout ! Elle possède une licence d'anglais et une de journalisme. "Les Anglo-Saxons n'ont pas notre culture du diplôme, explique Hervé Farret, DRH de Xerox France. Ils considèrent que la formation initiale ne doit pas conditionner toute une carrière. Un anthropologue peut très bien devenir trader."

Vision très formatée. Dans l'Hexagone, il en va tout autrement. Ainsi, quand Patricio Valenzuela débarque d'Amérique du Sud, l'équivalent d'un bac + 5 en sociologie en poche, pour venir vivre à Paris avec son épouse française, il comprend vite qu'il lui sera impossible de se frayer un chemin parmi les techniciens. Pourtant, dans son Chili natal, il avait été préféré aux ingénieurs pour occuper un poste de consultant en traitement des eaux et des déchets auprès des collectivités territoriales. Les recruteurs français gardent, en effet, une vision très formatée des profils et des carrières : un chef de produit doit être issu d'une (grande, si possible) école de commerce, un chef de projet est forcément ingénieur, un poste de dirigeant sera plus volontiers confié à un polytechnicien qu'à un commercial autodidacte. Même si ce dernier a obtenu d'excellents résultats...

Ce qui laisse, in fine, peu de place aux profils atypiques, ces drôles d'oiseaux qui ont assouvi leur goût pour la littérature, la philosophie, l'histoire, la sociologie, les beaux-arts ou encore l'histoire de l'art au

cours de leurs études. "Ceux qui suivent leurs passions sont toujours intéressants, estime pourtant Wilhelm Laligant, directeur général d'Advancers Executive, filiale pour le recrutement du groupe Vedior. Je préférerais toujours un philosophe avec des yeux qui pétillent à un HEC blasé !"

Passer la barrière. Mais au regard de son expérience, il admet toutefois que "ces profils atypiques ont peu de chance de passer la barrière de l'examen des dossiers. Ils doivent susciter les rencontres avec les recruteurs pour faire valoir leur personnalité". Philippe Bourgeois, également chasseur de têtes – il a fondé le cabinet Holsen Consulting – avoue aussi éprouver un

■ ■ Je préfère, et de loin, qu'un candidat me parle de ses envies et de ses aspirations profondes que de son plan de carrière à cinq ans. ■ ■

"ras-le-bol" devant ces profils trop formatés mais, pour lui, la faute en revient au moins autant aux candidats qu'aux recruteurs : "Ils se posent eux-mêmes des limites et cherchent trop souvent à se fondre dans ce qu'ils considèrent comme le seul moule possible. Je préfère de loin qu'un candidat me parle de ses envies et de ses aspirations profondes que de son plan de carrière à cinq ans !"

Alors, impossible de devenir businessman si l'on sort des Beaux-Arts ? Non, mais sacrément difficile, à voir la moue d'Emmanuel Stolz (lire page 31) lorsqu'il se remémore son parcours : "Je ne suis vraiment pas convaincu qu'un jeune

diplômé en histoire de l'art débarquant sur le marché du travail aujourd'hui, aurait les mêmes chances de faire carrière, comme je l'ai fait il y a vingt ans." Pour Wilhelm Laligant, en revanche, c'est un faux problème. "Les profils atypiques n'ont ni plus ni moins de chances qu'avant. Mais ils recevront probablement un meilleur accueil de la part de recruteurs ayant eux-mêmes un parcours qui sort de l'ordinaire." Ce sont des profils que l'on trouve plus dans les petites ou moyennes entreprises que dans les grandes, même si les firmes internationales commencent à avoir une culture de la différence.

Ecoute et ouverture. A force de voir des Anglo-Saxons érudits faire de belles carrières, elles commencent à se faire à l'idée de leur laisser une place. "Une culture littéraire donne une approche originale du management, avec plus d'écoute et d'ouverture d'esprit qu'un diplôme d'école de commerce", commente Wilhelm Laligant. Après tout, les équipes les plus performantes ne sont-elles pas souvent pluriculturelles ? Au recruteur et au manager de trouver le bon dosage : "Le mélange des genres peut aussi générer des difficultés et des chocs culturels, estime Philippe Bourgeois. Attention aux personnalités trop brillantes qui manquent souvent d'empathie. Quant aux littéraires, ils sont rarement de bons commerciaux." Ils peuvent, en revanche, apporter un éclairage intéressant à certaines professions : la communication, bien sûr, mais aussi le conseil, le recrutement, la formation, les études de marché... De quoi élargir l'horizon des profils humanistes, qui n'ont pas forcément envie de devenir enseignants ou chercheurs... ■

Sabine Germain



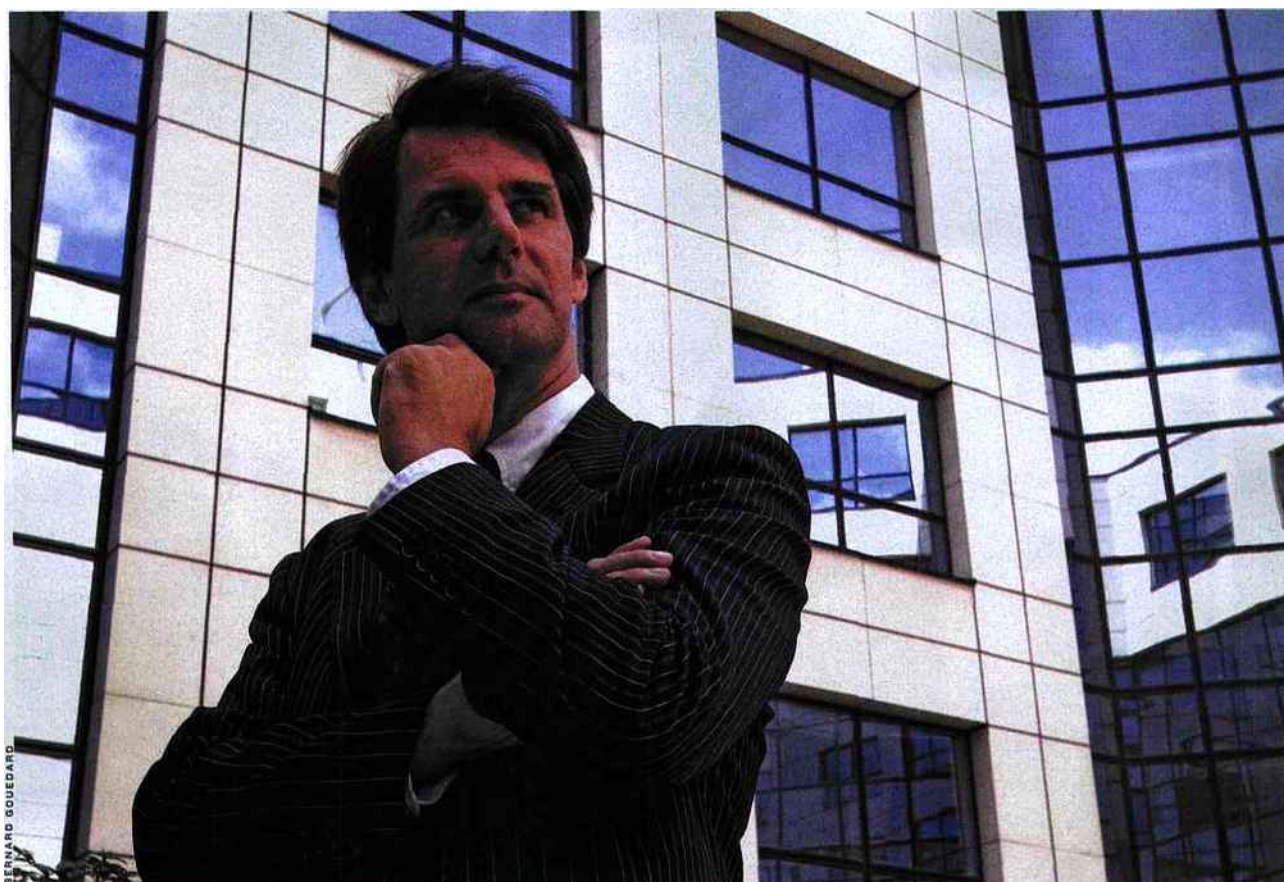
Marc Piegay, 51 ans, diplômé de l'Ecole des beaux-arts de Lyon. Aujourd'hui, il est directeur général de Sidev (17 salariés), filiale du groupe lyonnais Soft (200 salariés).

Un artiste aux couleurs du management

En sortant des Beaux-Arts de Lyon, Marc Piegay avait peu d'options : la carrière d'artiste peintre étant des plus aléatoires, il ne se voyait pas donner des cours de dessin. Il s'imaginait plus dans la peau d'un designer, comme son modèle, Charles Eames. Mais le hasard s'en est mêlé... "Au cours de mes études, j'ai découvert la vidéo." Il ne se doutait pas, à ce moment, que ce serait la clé de sa carrière, non pas en tant que créateur mais comme commercial : "Vu mon bagage, j'ai vite compris que le commerce était la meilleure voie qui s'offrait à moi." Vente d'encyclopédies, boutique de photo, il multiplie les expériences avant d'être recruté par Soft, une PME lyonnaise de prestations techniques en broadcast et

événementiel. C'était en 1979. Vendeur, il est promu chef des ventes, puis directeur commercial de cette petite entreprise en croissance (elle compte aujourd'hui 200 salariés). Jusqu'à ce jour de 1992 où Soft se lance dans l'importation de matériel vidéo professionnel. "Il s'agissait de créer de toutes pièces un réseau de distributeurs, alors que nous n'avions encore aucun produit à commercialiser." Ce défi ne fait pas peur à Marc Piegay, qui a gardé de son cursus le goût de la créativité et l'inaltérable optimisme de la culture artistique des années 70 et de ses performances teintées d'humour et de provocation. "Sidev compte aujourd'hui 17 salariés et réalise 15 millions d'euros de CA", conclut-il sur un ton plus prag-

matique ! Le secret de ce manager atypique : "Savoir choisir les bons produits et les bonnes personnes." Plus qu'aux panels et aux études de marché, il se fie à son flair : "Nous sommes sur un marché de niche. Nos intuitions nous permettent de devancer les leaders du marché, qui ont des processus de décision plus formels." En ce moment, Sidev connaît le succès avec ses murs d'images. Paradoxalement, Marc Piegay estime que sa culture artistique est un atout pour appréhender les évolutions du marché : "L'art contemporain devient cérébral. Il fait réfléchir son public et a toujours un temps d'avance sur la société." Exactement ce que s'efforce de réaliser ce manager commercial avec ses clients et ses équipes. ■ S. G.



Philippe Cirier, 49 ans, fait preuve du même engagement à son poste de directeur général du cabinet de recrutement Opteaman que lorsqu'il était pasteur et théologien.

Un pasteur pour guider l'entreprise

Max Weber, le père de la sociologie moderne, qui a notamment théorisé le lien entre la religion protestante et l'esprit du capitalisme, aurait probablement vu une certaine logique dans le parcours de Philippe Cirier. Ce théologien et pasteur est devenu chef d'entreprise. Un entrepreneur humaniste qui se plaît à rappeler que son activité repose sur la matière humaine : il dirige Opteaman, un cabinet de conseil en recrutement, qui compte aujourd'hui une quarantaine de consultants. Une maîtrise de théologie et une licence de lettres modernes en poche, le jeune pasteur découvre le monde de l'entreprise presque par hasard, en 1985, à l'occasion de sa première

affectation à la direction d'une librairie protestante. Un magasin dont la gestion, d'emblée, ne lui semble pas franchement orthodoxe. Pour rectifier le tir, il se met à la comptabilité, aux ressources humaines, etc. *"Comme je ne fais jamais les choses à moitié, j'ai préparé un DESS de gestion à l'Institut d'administration des entreprises."* Le ver est dans le fruit... Sept ans plus tard, le pasteur abandonne son ministère pour créer sa propre entreprise. Il ne renie évidemment pas ses convictions pour autant. *"En tant que pasteur, libraire, chef d'entreprise ou consultant, j'ai toujours placé l'humain au cœur de mon activité"*, affirme-t-il. Contrairement au clergé catholique,

dont la fonction est sacralisée, un pasteur n'a pas besoin de rompre ses vœux pour revenir dans le "siècle" : Philippe Cirier considère donc sa vie professionnelle comme un prolongement de sa mission de pasteur. Et comme une autre expression de sa foi. Chez lui, pas question d'engager un plan social au moindre retournement de conjoncture, comme c'est souvent le cas dans les cabinets de conseil. *"Il est important de confronter ses convictions aux réalités économiques et à ses collègues qui ne partagent pas ma foi. Je veux montrer qu'il est possible de concilier l'économique et l'humain."* Ce qui relève véritablement du sacerdoce... ■

S. G.



Emmanuel Stolz, 44 ans, avait quitté Assas pour la fac de Nanterre afin d'étudier l'histoire de l'art. Il est directeur de Plan créatif-Crabtree Hall, une agence d'architecture pour points de vente.

L'historien de l'art s'est mis au business

Amoureux des belles choses, rêveur et nul en maths (un comble pour un fils de polytechnicien !), Emmanuel Stolz avait une idée très arrêtée de son avenir quand il était enfant : *"Je voulais devenir commissaire-priseur."* Cette vocation le pousse vers des études de droit avant de bifurquer vers l'histoire de l'art. *"L'ambiance de la faculté de Nanterre me convenait mieux que celle d'Assas"*, dit-il en souriant. Des études qu'il suit *"avec passion et dilettantisme"*. *"L'histoire de l'art est une matière exigeante, qui requiert rigueur et érudition."* Un peu trop, sans doute, pour cet hyperactif qui se sent périr d'ennui lorsque, pendant son service militaire, il est affecté au musée des transmissions du mont Valérien.

Il décide alors de s'orienter vers la communication. *"Le décryptage des signes relève de la même logique que l'histoire de l'art"*, estime-t-il. Il débute au bas de l'échelle, stagiaire. *"J'ai suivi un parcours sinueux, fait de rencontres et d'expériences."* Un designer le prend ainsi sous son aile et lui donne confiance en lui : *"Parmi d'autres stagiaires qui avaient un cursus plus classique que le mien, il m'a choisi pour devenir chef de projet."* Sa carrière est lancée : après une parenthèse dans une autre agence, il grandit avec Plan créatif, une agence d'identité visuelle, qui compte aujourd'hui une soixantaine de collaborateurs. *"J'ai goûté à tous les métiers : design, packaging, concepts de*

point de vente... Mais toujours au poste de chef de projet, interface entre les clients et les créatifs." Donner de l'ambition aux clients en cadrant l'imagination des créatifs : sa formation initiale n'est pas si éloignée de son métier. Même s'il a dû intégrer une nouvelle dimension, la gestion. *"En tant que directeur de Crabtree Hall, la division commerce de Plan créatif, je suis responsable d'un centre de profit. J'ai appris à gérer mon budget. J'ai beaucoup écouté, posé autant de questions : il ne faut jamais avoir peur d'aller chercher l'information !"* L'ex-allergique aux maths s'est mis à la gestion avec passion *"le jour où cette activité a pris du sens pour moi".* ■

S. G.