

Barack for DRH!

Stéphane Haefliger
Directeur des ressources humaines à
la Banque Privée Espírito Santo et chargé
de cours à l'Université de Lausanne
drh@espiritosanto.com



Peut-être avez-vous été renversé, ému ou encore agacé par l'accession de Barack Obama (BO) au rang suprême de Président des Etats-Unis d'Amérique? En quoi cette success story peut nous éclairer sur nos propres pratiques professionnelles et que retenir de cette fabuleuse épopée, si nous la relisons comme un manuel de gouvernance RH? Je retiendrai arbitrairement trois éléments fondateurs issus du parcours de BO.

1. La Ténacité comme visée stratégique

Relisons son premier ouvrage intitulé «Les rêves de mon père, l'histoire d'un héritage en noir et blanc». Il est publié en 1995 sous le titre «Dreams from my father». Le Président est né en 1961. Il a donc 34 ans à la sortie du livre. Connaissez-vous beaucoup de personnalités publiques qui rédigent à 34 ans une autobiographie de 454 pages à leur gloire? Mon hypothèse est la suivante: le succès de BO est intimement lié à une stratégie dont la ténacité est le fer de lance. Sa nomination, il ne la doit ni à l'histoire ni au hasard ni à la faiblesse des Républicains ni à la couleur de sa peau. C'est un marathonien patient qui a tracé sa route, alors que personne ne misait sur ses chances de réussite. Les vecteurs de sa victoire? Saisir rapidement l'importance majeure de la communication (avez-vous surfé sur www.barackobama.com?; répondez par «Yes, we can»); constituer une équipe de plusieurs centaines de collaborateurs et de plusieurs milliers de bénévoles; enfin, créer un comité destiné à lever des fonds (certains parlent d'une campagne à 1000 millions de dollars). De quoi être jaloux dans nos petits départements RH. Mais, entre nous, notre réussite n'est-elle pas liée aux mêmes enjeux? Et les «super DRH successfull» ne sont-ils pas ceux qui ont développé des systèmes d'informations sophisti-

qués, qui ont su augmenter discrètement mais sûrement leurs effectifs et qui savent vendre des projets onéreux à leur Direction générale, même en situation de crise économique? Cela s'appelle du leadership.

2. L'Engagement de soi comme exemple pour les autres

Une campagne électorale américaine s'inscrit sur une durée de quatre ans, au cours desquels les candidats démontrent non seulement leurs compétences politiques, mais également leur résistance à l'usure physique et mentale. Entre l'ascèse et le don total de soi. C'est la période au cours de laquelle BO s'est forgé une étoffe de héros, c'est-à-dire celle d'être un homme ordinaire avec un engagement extraordinaire. Cette caractéristique se retrouve évidemment dans le champ économique. L'on ne répète pas suffisamment que la réussite d'une carrière professionnelle, y compris dans les RH, est très fortement liée à la capacité d'implication et de dépassement de soi. Tous les dirigeants qui génèrent une réelle valeur ajoutée et qui sont de réels acteurs du changement font preuve d'un engagement extrême dans leur job (10-12-14 heures par jour) et j'ajoute qu'ils y prennent du plaisir. Ce n'est pas très tendance, mais finalement c'est rassurant. Cela s'appelle de l'implication et de la conscience professionnelle.

3. La Proximité comme valeur ajoutée émotionnelle

Pourquoi BO a su cultiver un lien fort avec la communauté de ses électeurs? Parce qu'il leur ressemble. Il ne sort pas d'un catalogue de mode fringant, son épouse pourrait être notre voisine et ensemble ils ne font pas dans le «bcbg-californian-way-of-life, botox en sus». Cette image de modestie confortée par une idéologie politique au service des minorités, des faibles, des petits, des pauvres et des sans voix font des Obama l'incarnation de la justice sociale. Cette proximité, cette capacité d'être en lien, au service de, en soutien (particulièrement des plus démunis) devrait constituer également le socle des activités RH au sein des entreprises. Et les professionnels que nous sommes, toujours de se souvenir que dans RH il y a le H d'Humain. Cela s'appelle la responsabilité sociale.