



LIVRES/

Tous les patrons ne sont pas taillés pareil

La diversité et la complexité d'une classe sociale analysées par le sociologue Michel Offerlé.

La sociologie est souvent plus connue du grand public pour ses études sur les dominés et les rapports de domination que pour ses travaux sur les dominants, comme les chefs d'entreprise. Michel Offerlé est un de ceux qui étudient ces derniers par le menu. Après avoir entre autres raconté l'histoire du Medef en 2013 et dirigé *Patrons de France* en 2019, le professeur de science politique à l'École normale supérieure analyse *Ce qu'un patron peut faire*. Le sous-titre, «Sociologie politique des patronats», donne toute l'ambition du livre : se demander comment les chefs d'entreprise, de l'artisan au dirigeant du CAC 40, interviennent dans la sphère politique, sur le terrain des idées et du système économique qu'ils défendent, en leur nom ou en celui de leur entreprise.

Grâce à ce qu'il appelle un «nuancier attentif», le sociologue analyse minutieusement les modes d'actions des patrons, individuellement ou collectivement. Il revient par exemple longuement sur le rapport à la rue, une manière de protester des petits patrons qui déplaît aux plus grands, ce qui illustre l'une des nombreuses fractures qui traversent ce groupe social, que le sociologue étudie au fil des pages, participant à la déconstruction de l'idée

éculée d'un patronat uniforme. On est alors plongé de Pierre Poujade et Gérard Nicoud jusqu'aux «manifestations digitales» des Pigeons, sous Hollande. On se délecte aussi des manifs des débitants de tabac dans les années 2000, «qui utilisèrent les premiers l'appui d'une entreprise événementiel»; la mobilisation de 2007, contre l'interdiction de fumer dans les lieux publics, voit ainsi des intermittents du spectacle scander des slogans, distribuer des bâillons et utiliser des cornes de brume.

Méfiance. Le sociologue s'attaque également avec brio au concept de «patrons de gauche» dans les grandes entreprises. Patrons «de droite, on peut comprendre ce que cela signifie; gauche, du point de vue topographique (à gauche de) cela fait sens, mais d'un point de vue substantiel, quelle gauche? Pour ces patrons, la gauche est bien souvent un emblème», explique-t-il. Une étiquette qui peut en revanche se rapprocher du réel dans les petites entreprises où certains mettent en application des idées sociales comme les 32 heures, la «CDIsation» systématique, les rémunérations plus élevées que la moyenne... Offerlé précise malgré tout que

«l'entreprise n'est pas une démocratie», y compris pour les «petits patrons de gauche», par ailleurs minoritaires, puisque, assène-t-il, «la cause est entendue, les patrons sont de droite et votent à droite». Une assertion qui se vérifie sur le temps long de la V^e République, avec notamment un vote Le Pen de plus en plus prononcé chez les petits indépendants.

Au-delà du vote, les chefs d'entreprise peuvent aussi intervenir dans la vie publique, voire aller jusqu'à s'engager. Réunion dans un verger dans le sud de la France avec un petit patron proche du FN, banquiers pro-Macron... Mais la défiance reste la norme chez les grands patrons, car, rappelle Offerlé, ils considèrent que «les hommes politiques ne connaissent pas l'entreprise et [qu']ils ne connaissent rien à l'économie». Même s'il existe des porosités entre le monde des chefs d'entreprise et celui de la politique, bien moindres en France qu'aux États-Unis, l'engagement allant jusqu'à des fonctions d'élu reste rare, autant parce que tenir une entreprise est trop chronophage, selon eux, qu'à cause des coups potentiels, donnés par les médias ou les électeurs. Cette méfiance s'exprime aussi lors de leurs interventions



dans la presse, parcimonieuse: *«La communication sélective des grands patrons, précise le sociologue, peut s'expliquer par la volonté de contrôler leur visibilité et de ne pas s'exposer à des "questions de journalistes", intéressés en priorité par les affaires ou les restructurations et qui les interrogent sur leurs salaires et leurs avantages de toute nature.»*

Admirée ou honnie. Offerlé articule son récit autour de multiples pistes, de rappels à la littérature sociologique sur les patrons et des témoignages. Ces derniers sont la plupart du temps percutants, grâce au langage parlé des retranscriptions. Ainsi, dans cet encadré qui fait témoigner des *«petits et moyens patrons»* sur leur rapport aux organisations syndicales patronales: *«Le Medef, par exemple, ces grandes organisations patronales, pour moi ce sont des lobbys qui sont faits par et au service des grands patrons. Je ne m'y reconnais pas du tout! [...] Des mecs qui ne sont en rien des entrepreneurs dans le sens où j'ai créé la boîte...»*

Les témoignages et parcours glanés par le sociologue de l'ENS permettent ainsi de réaliser encore un peu mieux la diversité et la complexité d'une classe sociale, admirée par certains, honnie par d'autres. Offerlé: *«Le même vocable qui prétend tous les catégoriser masque des inégalités de ressources et donc des stratégies adaptatives très contrastées, car la panoplie idéale que nous avons pistée – ce qu'un patron peut faire – ne saurait être caricaturée dans la formule englobante "ce que les patrons peuvent faire".»*

DAMIEN DOLE

MICHEL OFFERLÉ
**CE QU'UN PATRON PEUT FAIRE.
UNE SOCIOLOGIE POLITIQUE
DES PATRONATS**

Gallimard, 528 pp., 22 €.

**Même s'il existe
des porosités entre
le monde des chefs
d'entreprise et celui
de la politique,
l'engagement
allant jusqu'à
des fonctions
d'élus reste rare.**



Lors d'une manifestation de buralistes, en 2015. PHOTO LAURENT TROUDE