

MANAGEMENT

Faut-il instituer la fête dans l'entreprise ?

Célébrer l'anniversaire d'une entreprise renforce le sentiment d'appartenance. Mais prescrire tous azimuts la fête des entreprises, ce 20 octobre, est plus délicat.

Un lundi matin. Viviane Godin demande à son assistante de localiser, via l'intranet de l'entreprise, une femme dont le nom et prénom figurent sur le rectangle de papier qu'elle tient en main. La secrétaire indique que la personne recherchée travaille au service marketing et Viviane Godin quitte aussitôt son bureau du neuvième étage pour rejoindre le septième. Elle arpente à vive allure les couloirs parsemés de publicité pour gels et mousses pour cheveux. Et trouve trois jeunes femmes au bureau 7002. Elle tend à l'une d'elles un shampoing en guise de cadeau. La jeune femme, stagiaire longue durée, la remercie chaleureusement et lui demande qui elle est : « *Je suis Viviane Godin, le président de Henkel France.* » Ce n'est pas un lundi ordinaire : c'est « *Friendship Day* », un jour dit « *d'amitié* ». Ce lundi-là, les salariés de Henkel font tous la même chose : ils fêtent l'anniversaire du groupe et s'offrent des cadeaux.

L'idée est partie d'Allemagne, il y a trois ans, et a fait des émules. « *C'est devenu une tradition* », s'enthousiasme Viviane Godin. Ce ne sont pas seulement les 600 collaborateurs du siège parisien de Henkel France qui font connaissance et s'offrent des cadeaux, mais aussi ceux de province et du monde entier. Au total, 2.200 personnes en France et 50.000 dans 125 pays du monde.

« *Célébrer un événement de façon collective renforce le sentiment d'appartenance, qui est un fort modérateur de stress. Le mode choisi par Henkel, celui du jeu de piste, est une façon originale d'introduire du ludique dans l'entreprise* », estime Patrick Légeron, psychiatre et direc-



L'association patronale Ethic a initié, il y a trois ans, la fête de l'entreprise, autour du concept « J'aime ma boîte ». Cette année, elle a aussi édité un journal.

teur du cabinet Stimulus. En instituant un rite de célébration, Henkel cherche avant tout à saluer le rôle structurant de l'entreprise dans la vie quotidienne des salariés. Célébrer l'anniversaire du groupe revient, en effet, à s'intégrer dans un ensemble plus grand et à générer un sentiment de fierté.

Comme chez Henkel, nombre d'entreprises se soucient de cohésion sociale et développent le concept de fête au travail. Le cabinet

d'avocats Skadden Arps Paris a célébré en grande pompe son 15^e anniversaire au dernier étage du centre Georges-Pompidou. Le groupe Bruneau (mobilier d'entreprise, équipement et fournitures de bureau) fête, cette année, ses 50 ans, et bientôt les stylos Montblanc célébreront leur centenaire.

Instituer des rites de célébration est nécessaire à l'individu et les occasions de fête ne se limitent pas aux rencontres de fin d'année et aux anniversaires. Un nouveau marché, un contrat important, une fusion, une nouvelle étape dans l'organisation, constituent autant d'occasions de réjouissances, même si, ces dernières années, les restrictions budgétaires ont réduit le faste de ces célébrations.

« *Les entreprises oublient trop souvent que, pour conduire une voiture, il faut regarder non seulement devant mais aussi dans le rétroviseur* », relève Patrick Légeron. Trop tournées vers l'avant, les entreprises auraient une fâcheuse tendance à négliger la reconnaissance de ce qui

a existé. « *Quand un groupe tourne une page, rien ne lui interdit de fêter la fin d'une histoire*, poursuit le psychiatre. *Pour que la fête acquière sa légitimité et revête un caractère d'authenticité, il faut que l'entreprise accepte l'expression de toutes les émotions des salariés, y compris négatives.* »

Des événements à l'américaine

Autrement dit, l'entreprise qui refuse ou bien nie l'expression d'une angoisse, d'un ressentiment ou d'un stress n'obtiendra guère de succès auprès de ses salariés en prescrivant unilatéralement un jour de plein enthousiasme. Décréter la fête est vain si l'on n'intègre pas cette idée dans le mode de gestion journalier. « *C'est le plus sûr moyen de rendre une fête artificielle* », lance Patrick Légeron pour qui le sourire d'encouragement ou de félicitation d'un manager au quotidien dépasse en force n'importe quel jugement de valeur.

Or, aujourd'hui, certains vont plus loin, avec l'institution d'une journée de fête annuelle, le troisième jeudi d'octobre. L'association patronale Ethic a lancé l'idée, il y a trois ans, autour du concept « J'aime ma boîte ». Des groupes comme NRJ, Publicis, CNP ou Vedior France s'apprennent à jouer le jeu aujourd'hui à force de cafés d'accueil et courses inter-entreprises.

« *Assez de ne parler que de misère et de désolation !* », estime Alain Thibault, PDG du cabinet Bernard Julhiet. « *On va tenter de célébrer ce jour, et tant pis si ça ne marche pas. Au moins on ouvrira un débat* », explique-t-il. Mais la fête instituée au travail a-t-elle sa raison d'être au

moment où un sentiment de défiance vis-à-vis de l'entreprise s'accroît, chez les plus jeunes notamment ? « *Je ne crois pas à l'esprit de famille que les patrons veulent créer grâce à des fêtes instituées*, indique Valérie Orsoni-Vauthy, PDG fondateur de MyPrivateCoach. *Ces événements à l'américaine forcent les attitudes. Combien de sourires figés ? Ce que j'entends, c'est pas mal d'amertume : je ne me sens pas respecté, je n'ai pas assez de liberté pour créer, je suis devenu bouc émissaire...* »

Pour faire taire les esprits chagrins, Ethic dégage les résultats d'un sondage effectué par l'Ifof : dans une France censée ne guère apprécier les entreprises, 79 % des salariés déclarent aimer la leur. Preuve que l'entreprise est aussi un lieu d'épanouissement. Et, selon un sondage CSA paru dimanche, 88 % des patrons de PME ont le sentiment d'être aimés par leurs salariés. Dans le même temps, de l'aveu même des organisateurs de cette journée du 20 octobre, les directions de ressources humaines seraient les moins promptes à réagir favorablement à la fête instituée. La raison ? L'atonie de la situation économique, un taux de chômage avoisinant les 10 %, la médiatisation de relations sociales tendues... « *Et puis, traditionnellement, en France, la place de travail n'est pas un lieu de plaisir. Il vaut d'ailleurs mieux y aborder un air froid et distant pour asseoir son autorité. Le sourire est suspect* », estime Patrick Légeron.

Si elle n'a pas vocation à faire le bonheur des salariés, l'entreprise, de plus en plus, cherche à développer de nouvelles relations de confiance.

Festivités : les dangers de l'alcool

Recommandations. L'époque des préparatifs des fêtes de fin d'année, instants de partage pour certains, corvées pour d'autres, est aussi une période de risques de dérapage pour l'entreprise quand l'alcool se met de la partie. En ce domaine, la France reste loin des légendaires excès de la fameuse « *Christmas party* » anglaise. Il arrive cependant que certains – parce que ces rencontres entre collègues donnent l'occasion de sortir, pour un temps, du carcan de la hiérarchie – franchissent la ligne jaune. Respecter quelques règles élémentaires limite les risques de dérapage :

- Organiser la fête dans un cadre défini : un cocktail dans un musée, une soirée dansante dans la salle de bal d'un hôtel, un dîner dans un restaurant.
- Servir l'alcool, désinhibant et symbole de fête, dans des proportions « raisonnables ».
- Bien réfléchir à l'opportunité d'inviter ou non les conjoints ou compagnons des salariés ; sachant qu'en France les sphères professionnelle et privée demeurent séparées.

Mais, contrairement aux pays anglosaxons, les sphères professionnelles et privées continuent de rester étanches en France, où les gens se donnent à fond dans leur travail dès lors qu'ils ont la possibilité de se ressourcer ailleurs.