

« Made in Trump : Quand un entrepreneur devient Président ! »

Personne ne l'avait vu venir, la classe politique mondiale est passée semble-t-il à côté de l'évènement. Et pourtant, le peuple américain a décidé de porter aux plus hautes fonctions nationales Donald Trump, l'homme d'entreprise, l'incarnation de la réussite à l'américaine, l'homme de média qui a travaillé dans la durée pour faire transpirer ses idées dans la population américaine.

Face aux premières réactions de doute quant à la capacité de Donald Trump à diriger la première puissance mondiale, une chose est pourtant certaine : Donald Trump est tout sauf inexpérimenté. Comme un dirigeant avec une vraie stratégie de fond, il a racheté les parts de son concurrent une à une et il annonce aujourd'hui la réussite de son OPA !

Cette victoire soulève de véritables questions : un entrepreneur peut-il faire un bon Président ? Dirige-t-on la première puissance mondiale de la même manière qu'une multinationale ? Quelle est la leçon à retenir pour la classe politique ?

Les clefs de sa réussite

Il a été bon, sûrement... Sa recette est simple et concrète. Il est pour tous ce personnage sans filtre, parfois même grossier, qui dit ce qu'il pense. Puis qui s'excuse, encore, et encore... Cet homme, d'une grande expérience pour fédérer les forces derrière lui, est un véritable changement de paradigme pour la Politique. Les Bush, Clinton construisent des phrases pour ne pas créer de clivage. Trump dit les choses, quitte à créer des fractures dans la population.

Mais Donald Trump est-il un être inconscient ou au contraire un génie de la communication et du marketing ?

Il utilise intelligemment les principes du marketing : créer et rendre différent. Le marketing, c'est créer de l'adhésion et de l'achat par la différence. La carrière de Trump-dirigeant est l'affirmation d'un message fort dans un océan de platitude. L'entreprise ne tient pas à avoir raison, elle veut gagner des parts de marché. Le Trump-dirigeant a cristallisé ses équipes pour gagner et chaque vente compte dans la réussite de l'entreprise. Voilà les pratiques du Trump-dirigeant.

Et le Trump-Candidat dans tout cela ?

Il a travaillé le terrain en profondeur, il est allé gagner dans chaque maison, chaque voix, chaque vote à la manière d'un vendeur d'aspirateur en porte-à-porte qui se soucierait peu de l'acheteur. Le candidat et ses équipes ont travaillé dans le silence d'une OPA hostile. Ils ont travaillé comme pour un rachat en bourse, action par action. Et le 9 novembre 2016, ils ont annoncé la prise de participation majoritaire sans que personne n'aie vu venir ce cheval de Troie.

Entre le populisme et l'approche OPA de Trump, la différence est le silence de la démarche. Certes, il a été le provocateur de ces derniers mois. Pour autant, en parallèle, il marquait des points avec des phrases simples et compréhensibles, des « phrases choc » et marquantes comme le slogan du dernier produit à la mode.

La France est-elle prête, comme les États-Unis, à élire un dirigeant d'entreprise à sa tête ?

L'entreprise se conçoit avec une stratégie long terme, des objectifs fixés en accord avec l'actionnaire, un

déploiement avec force de persuasion auprès de chacune des strates de l'organisation. Viennent ensuite des contrôles récurrents d'atteintes et de non atteintes de ces mêmes objectifs, ainsi que les plans de correction qui en découlent.

La grande différence avec un pays : c'est l'électorat. Il est l'actionnaire principal ainsi que l'acteur du changement, il décide du chemin qu'il doit lui-même suivre, « sans ce pouvoir » de coercition sur lui-même. Concernant le cas présent, Trump a gagné la première bataille : l'élection. Il saura sans nul doute rassembler autour de lui en regardant l'objectif. Mais saura-t-il convaincre pour que les électeurs deviennent acteurs des changements ? Là, nous n'avons pas encore la réponse. Parce que les outils de management qu'il maîtrisait jusque-là parfaitement ne sont pas adaptés à la gestion d'un pays et au déploiement de l'action gouvernementale. Et si on peut céder une filiale, on ne peut pas vendre un Etat...

Une leçon à retenir

Thiers, Gambetta, Jaurès, de Gaulle, Mitterrand... Cette vision du sachant, de l'incarnation du politique, de l'intelligence parlant au peuple est l'image d'Épinal à laquelle les Français sont restés accrochés. Nos professionnels de la politique sont surtout vus aujourd'hui comme des ersatz de ces grands hommes. Et les intrusions de l'Entrepreneur dans le monde politique français ont été jusqu'à ce jour un échec.

Dans l'Hexagone, la classe politique reste ignorante de la pratique de communication entrepreneuriale. Certains se sont quand même frottés au monde de l'entreprise : le dernier en date, Emmanuel Macron ! Mais s'il ne fait aucun doute qu'il saurait créer une « stratégie de rachat d'action », saurait-il naviguer en même temps dans le marigot des énarques français ?

Quant aux populistes, s'ils font dans la communication, il ne s'agit en aucun cas de « rachat d'action ». Si le discours des extrêmes flaire bon celui du nouveau Président des États-Unis, s'ils suscitent l'engouement sur le terrain, ils ne continuent pas moins d'incarner cette classe politique contre laquelle ils se battent et de laquelle Donald Trump n'est pas issue. Pas certain alors qu'ils soient en mesure de passer la barre des 35/40 % des voix (que les plus optimistes leur prêtent) à 50% et plus.

Un entrepreneur a indéniablement les qualités de meneur d'hommes nécessaires aux situations actuelles. Trump l'a montré hier en embarquant dans son ambition des millions d'Américains. Aura-t-il pour autant les compétences pour mener à bien ses promesses, tout en négociant en permanence avec les acteurs-électeurs des changements ? Rendez-vous à partir du 20 janvier 2017 pour le savoir !

Le 10 Novembre 2016

François Enius

Accompagnateur et conseiller de dirigeants www.enius.fr