



ESSAIS

► Michel Offerlé
livre une sociologie
politique des patrons

Critiques | Essais

Le sociologue Michel Offerlé livre une enquête fascinante sur les chefs d'entreprise et leur influence, réelle ou espérée, sur la société française

Le pouvoir contrarié des patrons

GILLES BASTIN

Les patrons seraient-ils de retour ? Il y a peu de doute possible si l'on en juge par l'âpreté avec laquelle leurs représentants défendent le « quoi qu'il en coûte » en matière de soutien aux entreprises en temps de pandémie. Il n'a pas non plus échappé aux observateurs de la vie publique que leur part à l'Assemblée nationale, traditionnellement très faible par rapport à d'autres groupes sociaux, a spectaculairement augmenté depuis 2017.

De là à supposer que les étoiles du capitalisme se sont alignées et que la politique n'exprime aujourd'hui rien d'autre que les intérêts des patrons, il n'y a qu'un

pas, allègrement franchi par beaucoup. C'est pourtant cette évidence que le sociologue Michel Offerlé interroge dans son nouveau livre, *Ce qu'un patron peut faire*, où il aspire à « comprendre comment [les patrons] contribuent, comme chefs d'entreprise et comme chefs d'entreprise en politique, à la production et à la reproduction des rapports sociaux et aux luttes de frontières qui se jouent entre l'Etat, le champ politique et le champ économique ».

Le sociologue s'appuie dans cette tâche sur des matériaux constitués depuis plus d'une dizaine d'années avec les étudiants qu'il a accompagnés et guidés dans son projet de cartographie d'un des milieux les plus hétéroclites de la société française et



aussi les plus réfractaires à l'enquête. Les patrons ont certes souvent été analysés en sociologie, mais avec une certaine distance, en objectivant leur position dans l'élite économique et politique à partir de leurs caractéristiques sociales, de leur éducation ou de leurs réseaux.

Offerlé préfère la méthode douce, celle qui passe par l'entretien et ses méandres, où l'on pose autant de questions qu'on laisse de place à l'enquêté pour qu'il se justifie. Une méthode qui passe aussi par la lecture des courriers adressés à la présidence de la République par de « petits » patrons qui, comme tout un chacun, n'ont pas d'autre moyen de faire connaître leurs doléances, ou par

les relevés, au fil de la presse locale, des grèves de la faim et suicides dans ce milieu.

La méthode paraîtra excessivement bienveillante à certains. Michel Offerlé, qui a rencontré plus de patrons, grands et petits, qu'aucun autre sociologue français, ne cite-t-il pas cette phrase d'un des personnages de *La Règle du jeu*, de Jean Renoir (1939) : « Tu comprends, sur cette Terre, il y a quelque chose d'effroyable, c'est que tout le monde a ses raisons » ? La manière de procéder a toutefois paru agressive à certains des principaux intéressés, fâchés de se voir questionner sur leur adhésion aux valeurs chrétiennes, leur salaire ou l'origine sociale de leur conjoint.

« Tropisme entrepreneurial »



Surtout, elle a permis de mettre en évidence ce que, dans une veine clairement issue de Max Weber (1864-1920), il qualifie d'éthique patronale ou de « *tropisme entrepreneurial* ». Un ensemble de motifs d'action, de jugements moraux sur la politique, à l'image, d'un côté, de la « *fierté patronale* », fondée sur les valeurs de travail et de dévouement, ou sur le fait d'avoir réussi ou de faire vivre ses employés. Mais aussi, d'un autre côté, à l'image de la solitude, du sentiment de ne pas être entendu ni a fortiori compris dans un monde politique auquel on répugne assez largement.

Les tensions intérieures qui naissent du gouffre creusé entre les deux faces de ce tropisme patronal expliquent en partie, pour Offerlé, la réticence des patrons à vraiment faire de la politique et leur déception quand ils s'en mêlent. Ainsi de ce grand patron, adjoint au maire d'une ville importante, à qui il ambitionnait de succéder, et qui livre lors d'un entretien ce propos sur les membres du conseil municipal : « *Parmi ces élus, vous aviez, je serais tenté de dire la majorité, qui étaient des gens qui n'avaient pas la culture nécessaire pour manager, remplir les fonctions qu'ils avaient à remplir et puis la culture générale qui leur aurait permis d'être au-dessus du lot... Si c'était une entreprise, la moitié des gens, je les aurais licenciés pour embaucher quelqu'un d'autre. Voilà.* »

On peut lire à cette aune aussi bien les formes d'engagement des patrons, leur « *préférence pour le don* » qui leur permet de satisfaire leur envie de rendre leur argent utile sans en passer par la solidarité fiscale ou encore la zone grise du lobbying et d'autres formes d'action politique plus ou moins légales et toujours invisibles au regard du sociologue, qui est le plus souvent, à

ce propos, réduit à la spéculation.

A l'heure où certains fondent leurs espoirs sur l'investissement pour le bien commun des « *premiers de cordée* », cette enquête fascinante sur les dispositions d'esprit du patronat moderne permet de mesurer la distance qui sépare encore aujourd'hui les patrons des urnes. ■

**CE QU'UN
PATRON
PEUT FAIRE.
UNE SOCIOLOGIE
POLITIQUE DES
PATRONATS,
de Michel Offerlé,
Gallimard,
« NRF essais »,
514 p., 22 €,
numérique 16 €.**

EXTRAIT

« *De la même manière que le "capitalisme" ne domine pas dans tous les champs de manière uniforme, et que les capacités de résistance et de mobilisation sont toujours disponibles, les capitalistes n'ont pas tous le même point de vue, ni les mêmes pratiques face aux formes du jeu à la définition desquelles ils participent et qui les contraignent, dans une chaîne d'interdépendances infinie qui serait régie par un "grand horloger" créateur du système. La question de l'unité ou de la division du grand patronat et des divers patronats est à réinterroger constamment. (...) Ils n'ont pas tous et toujours les mêmes effets et la même efficacité politique, ni la même capacité à orchestrer et à unifier les intérêts collectifs à long terme du groupe.* »

CE QU'UN PATRON PEUT FAIRE, PAGE 384



LARS TUNBJÖRK/AGENCE VU



IDÉES

Comment les patrons font de la politique

Dans son nouveau livre, le sociologue **Michel Offerlé** s'intéresse aux relations qu'entretiennent chefs d'entreprise et personnel politique. Petits, moyens ou grands patrons, chacun a son couloir de nage

Par SOPHIE FAY

La vie de chercheur de Michel Offerlé doit être assez inconfortable. Pour concocter sa « sociologie politique des patronats », il a passé des années, tirillé entre deux mondes. D'un côté, l'objet de son étude, celui des patrons, petits ou grands, qui ne s'intéressent guère à la sociologie, et ne se livrent qu'avec prudence, en l'interrompant : « *Mais où m'emenez-vous avec ces questions ?* » De l'autre, ses collègues, le monde des universitaires, qui ne voient guère l'intérêt de comprendre qui sont et comment fonctionnent les « patrons », marionnettes de la finance néolibérale – à gros traits, la thèse défendue par les Pinçon-Charlot.

Patiemment, Michel Offerlé est resté sur la ligne de crête. Son nouvel ouvrage, « Ce qu'un patron peut faire », ferme une trilogie commencée avec « Les Patrons des patrons. Histoire du Medef » en 2013 et « Patrons en France », en 2017. Il s'attache cette fois à montrer le monde patronal dans son rapport à la politique avec un petit p (la politique politicienne, les hommes politiques) et avec un grand P (l'organisation de la cité).

L'exploration démarre au service du courrier du président de la République. Avec Julien Fretel, il s'est immergé dans les lettres adressées à François Hollande, à la fin de son quinquennat, par des chefs d'entreprise. Le courrier présidentiel, un million de lettres par an, est une mine. Un reflet de la diversité du patronat. Les petits entrepreneurs à l'agonie appellent à l'aide. L'un d'eux remercie pour le CICE (crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi). Le RSI, régime social des indépendants, réformé depuis, nourrit des milliers de plaintes. Les start-uppers envoient des échantillons de leurs produits, en espérant que le président en fera la promotion. Les



patrons de grand groupe, eux, n'écrivent pas, ou rarement : ils ont d'autres accès...

Cette répartition en trois ensembles – les petites et moyennes entreprises, les start-up et les grands groupes –, Michel Offerlé la retrouve à tous les niveaux. Selon que les patrons appartiennent à l'un ou l'autre, leur manière d'interagir avec les politiques et le politique n'est pas la même. Les petits et moyens s'engagent dans le militantisme, à travers les organisations patronales de leur secteur, au Medef ou dans les réseaux d'entrepreneurs. Les patrons de grands groupes ont d'autres cénacles : l'Afep (Association française des Entreprises privées), qui réunit les très grandes entreprises, l'Institut de l'Entreprise, l'Institut Montaigne, l'association Entreprises pour l'Environnement, ou les cercles amicaux : le Siècle, l'Arop (pour les mécènes de l'Opéra de Paris), le comité

Budé du Collège de France, l'Association amicale des Ingénieurs des Mines... Les plus influents se retrouvent dans les grandes commissions étatiques : commissions Attali, Notat-Senard, CAP 2022 sur la réforme de l'État... Les start-uppers, enfin, ont de nouveaux modes d'action, utilisant au maximum les réseaux sociaux et s'impliquant peu en politique, sauf autour d'Emmanuel Macron qui les a soulagés de l'ISF, ou quand on touche à leurs intérêts. A chacun son couloir de nage.

In fine, que cherchent-ils ? Ils font assez peu de politique politique. « *Les grands entrepreneurs ne font pas forcément de grands politiques* », conclut Michel Offerlé, même si certains patrons de groupes familiaux sont tentés par l'aventure (les Dassault, par exemple), et qu'Henri de Castries, ex-patron d'AXA, s'est rêvé Premier ministre de François Fillon. En outre, ils ne bénéficient pas en France du levier que constituent les capacités financières aux Etats-Unis pour se porter candidat ou peser sur une campagne.

En revanche, les patrons promeuvent sans cesse la même conviction auprès des politiques : pour eux, l'entreprise est une « *cause supérieure* ». « *Comme acteur de la production et comme creuset de socialisation et de lien social, l'entreprise est la seule institution sociale encore solide* », donc « *la solution* » à bien des problèmes, explique le sociologue. Serait-elle même la solution à la réinitialisation du capitalisme que défend un groupe de patrons réformistes ? Ils veulent en convaincre la haute administration pour qu'elle soutienne leur cause de manière inconditionnelle. Mais sur ce point, avant ou après le Covid, Michel Offerlé montre que ce n'est pas gagné. Le patron en France n'est pas tout-puissant. Loin de là. ■

« Ce qu'un patron peut faire » par Michel Offerlé, Gallimard.