

Parachevez mutuellement vos phrases.

Google Apps for Business

**L'EXPRESS**.fr

TOUS LES JOURS, TOUTE L'INFO

## Zuckerberg et le "hoodiegate": un patron peut-il porter un sweat à capuche?

Par [Alexia Eychenne](#), publié le 15/05/2012 à 09:22, mis à jour à 14:16

Marck Zuckerberg s'est attiré les foudres de Wall Street en rencontrant les futurs actionnaires de Facebook vêtu de son traditionnel "hoodie". Un look qui décape chez les financiers, mais un bon reflet de sa culture d'entreprise.

MARCK ZUCKERBERG S'EST ATTRIRÉ LES FOUDRES DE WALL STREET EN RENCONTRANT LES FUTURS ACTIONNAIRES DE FACEBOOK VÊTU DE SON TRADITIONNEL "HOODIE". UN LOOK QUI DÉCAPE CHEZ LES FINANCIERS, MAIS UN BON REFLET DE SA CULTURE D'ENTREPRISE.

L'outrage est tel qu'il a déjà un nom: le "hoodiegate", ou scandale du pull à capuche. En arborant un sweat-shirt lors d'une tournee auprès d'investisseurs quelques jours avant l'entrée en Bourse de Facebook, Mark Zuckerberg, son jeune patron, a choqué l'Amérique de Wall Street.

Tout a commencé par la réaction outrée d'un analyste sur la chaîne financière Bloomberg TV. "En gardant son *hoodie* comme signature, Mark Zuckerberg montre aux investisseurs que ça ne l'intéresse pas tant que ça, qu'il va rester lui-même, qu'il va continuer à faire ce qu'il a toujours fait. Je pense que c'est un signe d'immatunité. (...) Il leur demande de l'argent, il devrait leur témoigner le respect qu'ils méritent", a-t-il lancé la semaine dernière.



En quelques jours, la polémique a enflé, entre comptes Twitter en hommage au sweat-shirt, tribunes de blogueurs et analyses, du New-York Times au Washington Post.

Pourquoi un tel raffut? Mark Zuckerberg n'a troqué son look d'adolescent contre un costume que pour de rares rencontres, avec Barack Obama, Nicolas Sarkozy ou le Premier ministre japonais Yoshihiko Noda par exemple. Sous l'impact de la culture start-up, le *dress code* de beaucoup d'entreprises s'est d'ailleurs démocratisé ces dernières années.

"Le monde des affaires a ses codes, un peu comme un club, et n'aime pas les différences chez ceux qui les mettent trop en valeur", observe François Thibault, fondateur de FT Conseil, agence de conseil en image. Selon lui, les investisseurs se placent du point de vue des futurs acheteurs, dont le style ne correspond pas à l'image de Zuckerberg.



Mark Zuckerberg avait adopté le costume-cravate lors d'une rencontre avec Nicolas Sarkozy en mai 2011.

REUTERS/John Schults

Car si son look *laid-back* - confortable et informel - sert d'uniforme dans la Silicon Valley, l'entrée en Bourse élargit le cercle de ses interlocuteurs. "Quand Facebook va vendre des actions, Zuckerberg devra plaire à tout un tas de nouveaux acteurs, dont les investisseurs de Wall Street, les *hedge funds* et fonds de pension", analyse le magazine Businessweek.

A eux de s'adapter, et non l'inverse, plaide pourtant François Thibault. Car sous la capuche de son dirigeant -attribut des sportifs mais aussi des voyous- transparaissent le management décontracté, l'organigramme relativement plat et la jeunesse des salariés de Facebook.

« L'image d'une entreprise se reflète dans celle de son leader »

S'y lit aussi une culture professionnelle propre à la Californie, où le fond prime sur la forme, les compétences sur les apparences. Or "il est important que l'image d'une entreprise se reflète dans celle de son leader. Transformer celle de Zuckerberg ne risque-t-il pas de changer celle de Facebook? Aurait-il les mêmes relations avec ses équipes en costume-cravate? Facebook ne doit pas devenir LinkedIn ou Viadeo, sa cible n'est pas professionnelle", assure-t-il.

### Faire ses preuves avant

Autre prophète du secteur, Steve Jobs s'était imposé par un style unique: jean et sous-pull à col roulé noir. Tous les dirigeants ne peuvent toutefois pas se permettre ces audaces. "A quelqu'un qui

arrive dans un secteur sans avoir fait ses preuves, je conseillerais d'adopter une base plus consensuelle et de tester son style une fois qu'il connaît bien la machine, recommande François Thibault. Mark Zuckerberg, lui, n'a rien à prouver en termes de compétences: il peut se permettre un look marqué parce qu'il est en position de force."

"Steve Jobs, Richard Branson ou même Matthieu Pigasse, qui dirige la banque Lazard et possède les *Inrocks*, peuvent sortir des codes parce qu'ils sont des électrons libres. Ceux qui les entourent, leurs financiers, ne sont sûrement pas en shorts", explique Isabelle Thomas, styliste personnelle pour des dirigeants.

« Leurs financiers ne sont sans doute pas en short »

Suivant les pays, la perception des vêtements au travail varie d'ailleurs. Selon un sondage Reuters et Ipsos, 70% des professionnels français imaginent les employés habillés de façon formelle comme plus productifs, contre 48% seulement des Suédois. Ces derniers sont 27% seulement à penser qu'un salarié vêtu "à la cool" ne sera jamais promu manager... contre 64% des Indiens.