

Les Echos

LE QUOTIDIEN DE L'ECONOMIE

TALENTS

Pascal Baudry veut jeter un pont entre cultures française et américaine

Ingénieur, titulaire d'un MBA et psychanalyste, il est l'un des hommes en vue de la Silicon Valley.

DE NOTRE CORRESPONDANT
À PALO ALTO.

Pascal Baudry, cinquante-six ans, n'est pas un Français de Californie comme les autres. Sa société, WDHB Consulting Group, est classée, en rythme de croissance, 89^e entreprise privée de la région de San Francisco. Pourtant, ses clients sont tous étrangers à sa région. Et pour cause : il organise des « learning expeditions », qui consistent à faire venir des dirigeants d'entreprise – principalement françaises – aux États-Unis, au Canada, et maintenant, grâce à des partenariats, en Chine et au Japon, pour les faire réfléchir à des thèmes stratégiques ou managériaux en leur faisant visiter des entreprises. « Certains veulent savoir s'ils sont encore sur le bon métier, d'autres veulent découvrir ce qui se fait en matière d'innovation technologique ou de management », explique Pascal Baudry.

Avec plus de 300 voyages d'études de ce genre effectués depuis 1988 et 6.000 managers européens déplacés pendant une semaine en moyenne, le concept a fait ses preuves. D'autant qu'il a séduit 26 des 50 plus grandes entreprises de l'Hexagone, de Suez à France Télécom en passant par les Banques populaires et Areva. De plus en plus, des sociétés européennes mais également canadiennes et même chinoises viennent s'initier à l'expédition.

Itinéraire

1947. Naissance à Paris.
1985. S'installe aux États-Unis.
1988. Reçoit le titre de maître de la Fédération américaine des échecs.
1988. Fonde le cabinet de conseil WDHB Consulting Group à Berkeley, près de San Francisco.
2003. Publie le livre « Français et Américains : l'autre rive ».



Ces « learning expeditions » sont bien davantage que de simples voyages d'études. « Chaque matin, nous consacrons au moins deux heures à des réunions sur le thème : comment appliquer dans ma propre entreprise ce que je viens de voir ? », explique Pascal Baudry, qui s'implique lui-même dans une partie de ces missions, entouré d'experts recrutés spécialement pour chaque programme. « Ces expéditions font maintenant partie du patrimoine de Leroy-Merlin », en assure le directeur général, Damien Deleplanque, qui estime que le groupe de bricolage français en a déjà effectué une vingtaine au total : « Elles ont notamment contribué à améliorer la notion de service, chez nous comme dans beaucoup d'autres entreprises qui les ont pratiquées. »

Le goût du concret et de l'observation des comportements in-

dividuels et collectifs, fondement de WDHB, s'explique en grande partie par la formation et le parcours professionnel de son fondateur. Ingénieur, titulaire d'un « master of business administration » et psychanalyste de formation, Pascal Baudry a exercé cette spécialité pendant huit ans en France, avant d'utiliser ses talents de psychologue comme formateur, puis comme patron de la formation des ingénieurs et cadres de Renault. Il a ensuite dirigé dans les années 1980 les finances et les ressources humaines de l'usine ultramoderne de Bramalea – un projet de 500 millions de dollars – chez American Motors, la filiale de Renault aux États-Unis.

Un projet ambitieux

Aujourd'hui, le succès de son entreprise lui permet de mener un projet qu'il juge lui-même, « im-

modeste » : contribuer à faire évoluer la culture française en la mettant en parallèle avec la culture américaine. « Il s'agit d'aider les Français à comprendre pourquoi ils sont comme ils sont, en les incitant à conserver tout ce qu'il y a de positif dans notre culture mais aussi à se débarrasser de ce qu'elle comporte de négatif », note Pascal Baudry. Au service de cet ambitieux projet, un livre « Français et Américains : l'autre rive », qui présente la particularité d'être à la fois disponible gratuitement sur le Web et payant en librairie (Village Mondial, 2003). Un concept nouveau qui a rebuté de nombreux éditeurs, convaincus que sa présence sur Internet l'empêcherait de se vendre.

En réalité, sa publication préalable sur son site a suscité plus de 3.000 e-mails de lecteurs, posant des questions, soulevant des aspects laissés de côté par l'auteur, etc. Des contributions auxquelles il assure avoir répondu systématiquement, en intégrant beaucoup d'entre elles dans son ouvrage. « Ce livre est interprétatif et explicatif, pas seulement descriptif. » Une façon de dire qu'il a tenté d'éviter les banalités d'usage sur les différences culturelles franco-américaines, le parti pris étant de montrer aux Français des aspects de leur culture difficiles à voir de l'intérieur.

MICHEL KITTAREFF