



# Authentique

*« Cette impression d'être souvent face à des gens inauthentiques vous est-elle familière ? Cette sensation qu'il y a un écart entre ce qu'ils disent eux-mêmes et ce que vous en percevez ? Et quand vous essayez d'aborder le sujet, vous tombez sur quelqu'un qui le balaye d'un revers de main. Il ne comprend pas la question. Vous pensez ! Il est tout à fait authentique. Ou alors, il ne voit même pas l'intérêt du concept. »*

Stéphanie Hahusseau , Authentique si je veux ! Editions Armand Colin 2013

### Du langage juridique

Authentique est un mot qui provient du langage juridique. Il suggère une solennité et une gravité. A sa source, le grec « authentikos » et le latin « authenticus ». Ces racines reposent sur la notion de « maître absolu », autrement dit, ce qui est authentique « fait autorité ». Les juristes saisissent d'emblée la signification de cette autorité. Ils connaissent évidemment ces fameux « actes authentiques » qui sont réalisés par un officier public et qui font foi.

Authentique est donc à rapprocher de la « vérité » reliée au « verus » latin « vrai ». Désirer être dans l'authentique et l'authenticité revient à fuir l'illusion et l'artifice. Authentique est un terme aimé des théologiens et des philosophes. Il devient alors synonyme de quête. Il exprime la recherche d'une théologie et d'une religion inspirées du message originel. L'actualité nous a récemment transportés vers des débats passionnés et essentiels sur la nature de « l'Islam Authentique » !

### Du passage à l'acte

Dans le monde des ressources humaines, le sujet de l'authenticité est devenu une préoccupation majeure. Parce que les spécialistes du management réalisent qu'il est plus utile d'entretenir des relations de qualité avec les collaborateurs que des relations fondées sur des non-dits ou des attitudes superficielles. Comme l'écrit justement Sylviane Cannio dans Communiquer

avec authenticité et rester vrai : « On est authentique ou on ne l'est pas ». Nous pouvons connaître des moments de manque d'authenticité, de port du masque. L'important est qu'en âme et conscience nous restions connectés à nous-mêmes dans le réel de soi et de la situation<sup>1</sup> ».

Il existe de nombreux outils pour épauler les managers. Les préparer par exemple à reconnaître les résultats d'un collaborateur en étant dans une expression « authentique » et « sincère<sup>2</sup> ». Seulement, il ne s'agit pas seulement de trouver les mots justes, il s'agit de capter une attitude et une façon d'être.

Cécile Dejoux, maître de conférences en ressources humaines, animatrice de plusieurs MOOC sur le leadership, explique que derrière la théorie du « leadership authentique », il y a cette capacité à « être fidèle à soi-même », à « dépasser les tensions morales », à « chercher des solutions nouvelles<sup>3</sup> ». Bref, le leader devrait être, par essence, en état de vérité et d'authenticité.

### De l'art de l'authentique

Etre authentique, c'est le travail de toute une vie. Parce qu'il faut savoir ciseler cette façon d'être avec patience et intelligence. Il ne s'agit pas d'être spontané, de chercher en permanence la transparence en laissant circuler, auprès des collaborateurs, toutes les informations. Il est question d'une attitude plus raffinée et plus subtile. L'objectif ne consiste pas à « faire autorité » en usant de la peur ou de la soumission. L'aboutissement d'un management authentique serait d'inspirer la confiance car les collaborateurs savent que leur dirigeant est sincère et courageux. Il s'engage et est fidèle à un code de comportements constant. Quand le chef est authentique l'entreprise l'est le plus souvent. A l'heure où les clients recherchent de l'authenticité<sup>4</sup>, cette authenticité ne doit-elle pas concerner d'abord le collaborateur ?

L'art d'être authentique c'est être proche de soi-même et de sa ligne éthique, pour être plus proche des autres car la complicité profonde n'est évidemment pas une connivence de façade !

1. Communiquer avec authenticité et rester vrai Sylviane Cannio, Eyrolles  
 2. Gérer les ressources humaines Yves Emery et François Gonin Collection « Diriger l'entreprise », PPU  
 3. Management et leadership Cécile Dejoux, Dunod  
 4. 72% des Français pensent que les entreprises et les marques ne font pas assez preuve d'authenticité. Enquête Opinion Way pour Terre Sienne, juillet 2015



**Jeanne BORDEAU**  
 Fondatrice de l'Institut de la qualité de l'expression  
 @JeanneBordeau