



Par Florence Lautrédou
Coach, psychanalyste, écrivain.

“Que faire pour fidéliser les nouveaux Narcisse ? Promouvoir les stories TikTok en entreprise ?”

“BE MY GHOST”

Fin de week-end, une rue calme. Deux trentenaires endimanchés, alliance au doigt, se photographient l’un après l’autre. Poses sexy, ambiance caliente. Photos achevées, chacun plonge dans son téléphone sans un regard l’un vers l’autre, sans une remarque l’un pour l’autre. Nez sur l’écran, ils s’éloignent, lui en tête, elle claudicante sur ses douze centimètres de stilettos. Le MAO ou mariage assisté par ordinateur.

Attention, il s’agit ici d’une chronique professionnelle, pas d’une étude de mœurs. Son thème ? Le narcissisme, cette fixation amoureuse à soi-même, amplifiée par la connexion à l’écran. Une sorte de passion autoscopique, en abîme qui plus est, puisqu’il s’agit de contempler ce qu’on imagine que les autres vont contempler, une fascination maniaque de soi-même, qui envahit la société et l’entreprise, avec

ses dommages collatéraux. En quête d’attention et de reconnaissance façon «like», Narcisse au travail se montre réticent au recrutement, prompt à l’attrition et, de façon générale, indifférent vis-à-vis du projet collectif.

Le syndrome n’est pas neuf. La culture de coopération/collaboration traditionnellement portée par l’entreprise n’a souvent rallié qu’une adhésion tactique de salariés «jouant le jeu». Mais cette vague narcissique questionne d’autant plus qu’elle contraste avec la politique RSE diffusée avec force dans le monde du travail, départements et indicateurs dédiés à l’appui. On parle de responsabilité commune, de sens du collectif, de solidarité et... le désengagement ou, en amont du recrutement, le non-engagement façon ghosting s’amplifie. Face à ce paradoxe, l’entreprise n’est pas innocente, elle qui, depuis vingt ans, propose moult formations

en prise de parole, en renforcement du charisme, en personal branding et autre storytelling au service du marketing de soi, garantie de progression dans le système. L’objectif : qu’on me voie, ou plutôt que je me fasse voir tel que je veux qu’on me voie, maîtrise de l’image sublimée oblige. La contagion narcissique n’est jamais loin, tant ses moteurs – sentiment de supériorité, besoin d’admiration et absence d’empathie – se nourrissent du virtuel, par nature insatiable. Que faire alors pour fidéliser ces nouveaux Narcisse ? Promouvoir les stories TikTok et Instagram sur l’Intranet de l’entreprise, genre «Check ma négo avec le boss» ou, si elle ne fonctionne pas, «Outing en vingt secondes» ? La jouer collectif, en mode «le top fashion du jour à la cantine» ? Multiplier les tutos du style «comment pécho en visio» ?

Pourquoi ne pas engager des influenceurs, aussi, histoire de rebooster les services RH ? Même biberonnés à Insta, ils ne suffiront pas. Le narcissisme est un trouble de la personnalité fondé sur le vide. Absence de soi, vide de présence. Je fais semblant d’être en faisant semblant de faire, ce qui marche dans certains contextes. On n’imagine pas un pompier ou une infirmière urgentiste faire une story sur un théâtre d’opérations. Quand on est engagé, mobilisé tête, cœur et corps, on oublie son look, son impact et la comptabilisation de ses followers. L’inverse d’une présence vide que les recruteurs gagneraient à évaluer en amont du ghosting, tant les fantômes ne laissent pas de trace, avant leur arrivée comme après leur départ. Juste un sentiment de malaise. ■