

ABUS DE FAIBLESSE

Les hommes qui n'aimaient pas les femmes

Mais qu'est-ce que l'épouse d'Éric Woerth est allée faire dans cette galère ? Bien entendu, elle doit son job à sa maîtrise de la spéculation financière. Il ne s'agit pas du tout de complaire au mari ministre, proteste le clan de Liliane B. qui, depuis des décennies, cherche le garçon.

« Vous auriez vu ma mère qui était quelqu'un de merveilleux, c'était un vrai pruneau ! »

Quand, en 2006, après dix-huit ans à la barre de L'Oréal, Lindsay Owen-Jones, star du CAC 40 et champion des émoluments patronaux – il émarge à 6,5 millions d'euros annuels –, quitte son poste de PDG, c'est forcément « en beauté ». Et plus encore, quand un journaliste, venu sans doute flûter le champagne, évoque, épouvanté par son impertinence, les rides qui creusent le visage du boss. « C'est une question d'héritage, péroré le prince de l'élégance. Moi, je suis très ridé, ce sont les limites du système, mais la question qu'il faut poser est autre : à quoi ressemblerais-je si je n'avais pas pris soin de ma peau avec de bons produits ? J'ai des photos de mon oncle, par exemple : à mon âge, c'était un vrai hush puppy [chien basset, NDLR]... »

Descendante d'Eugène Schueller, père d'une fille unique, Liliane, qui n'a eu qu'une fille, Françoise, la dynastie Bettencourt a toujours préféré les garçons pour aider les femmes à prendre soin d'elles : potion antiâge pour les



Toujours présenté comme un « grand fauve », parfois surnommé « Gatsby », Lindsay Owen-Jones, patron de 1988 à 2006 et toujours président du conseil d'administration de L'Oréal, a pris la place, vacante, du fils dans le clan de Liliane B. « Comme si les fées avaient tout mis dans son berceau », avance la presse fascinée.

vieilles peaux, teintures blondes pour les brunes et vice versa, crème blanchissante en Afrique et en Asie... Dans *La Révolution de l'économie*, un ouvrage publié et applaudi sous Vichy,

le fondateur de L'Oréal les efface du paysage : « Les fils hériteront toujours du fonds, mais ils n'hériteront pas de la gestion. On n'est pas général parce qu'on est fils de général ; on n'est pas patron parce qu'on est fils de patron. (...) Quand nous cherchons à remettre à l'honneur la notion de travail, nous sommes amenés à envisager la suppression de l'héritage à la deuxième génération. La richesse sera alors en quelque sorte la seule richesse gagnée par soi-même, ou gagnée par son père ou par son conjoint. »

Laissant opportunément de côté les pétitions de principe sur la transmission de la fortune, la famille Bettencourt reste, par contre, fidèle à la misogynie crasse et, à chaque étape du développement de L'Oréal, un homme

providentiel apparaît. C'est d'abord François Dalle, « fils » d'Eugène et « frère » de Liliane Bettencourt ; ce sera ensuite Lindsay Owen-Jones. Avec lui, les gazettes gobent mieux encore la psychologie de bazar étalée par le clan, avant de la régurgiter dans l'allégresse : « Liliane couve d'un regard maternel le continuateur de l'œuvre de son père, tant d'années de liens dans le travail fortifient la confiance et l'affection », témoigne un « proche ». Un autre en rajoute une couche : « Lindsay est certainement le fils que Liliane aurait rêvé d'enfanter. » Et quand le petit, furieux de vivre, participe avec son bolide à des courses automobiles, les Bettencourt, pétrifiés dans leur hôtel particulier, restent plantés devant la télé. Un jour, Liliane lancera, et

Owen-Jones le répétera pendant des années avec un sourire gourmand : « Nous avons suivi votre parcours aux 24 Heures du Mans. Lorsque vous êtes sorti de piste et que nous vous avons su sain et sauf, nous avons pu aller nous coucher. »

Au conseil d'administration de l'entreprise, Liliane Bettencourt et sa fille, Françoise Meyers-Bettencourt, demeurent, privilège du sang, les seules représentantes du genre. Et dans les plus hautes instances de la boîte, les femmes se comptent sur les doigts d'une main. Pour montrer patte blanche, Lindsay Owen-Jones présente ainsi sa « collaboratrice » qui a réussi à intégrer le comité de direction : « Elle a vraiment conquis sa légitimité. Dans le combat de rue qu'est la vente de cosmétiques dans le monde, elle a prouvé qu'elle savait faire. »

Les « tueurs » de L'Oréal font chanter la France... Sur l'air de *la Madelon*. « Si vous voulez un savon de toilette / Qui mousse dur et sente bon / Un savon doit vous venir en tête / Monsavon, Monsavon, Monsavon. » Pour Schueller, il y avait « deux types de publicité » : « La publicité d'attaque, qui doit créer la curiosité » et « la publicité de rendement, qui doit créer l'obsession ». Dans le siècle, alors que L'Oréal est devenu l'un des plus gros annonceurs mondiaux, les héritiers du chimiste ont perfectionné leurs techniques de manipulation des cerveaux disponibles : achat de participation dans la presse féminine, philanthropie bien ordonnée, intérêt pour la télévision et en particulier les soap operas, partenariat si glamour avec le Festival de Cannes, etc. Rien n'est trop cher quand il s'agit de rêve ! Et de liberté : « Le maquillage soviétique était d'une médiocrité terrifiante, insistait parfois Lindsay Owen-Jones. Quand les pays du bloc soviétique ont basculé dans le monde libre, à la fin des années 1980, leur population paraissait vingt ans plus âgée que les populations occidentales. Un des premiers gestes de liberté, pour une femme russe, était d'essayer de trouver des rouges à lèvres occidentaux. »

THOMAS LEMAHIEU

BRÈVES DE SALON

Liliane Bettencourt. « Éric Woerth, qui c'est celui-là ? »

Patrice de Maistre. « C'est le mari de M^{me} Woerth que vous employez, qui n'est pas très grande. Mais lui est très sympathique. »

Liliane Bettencourt. « Et elle ? »

Patrice de Maistre. « Elle me fatigue un peu. Elle se trouve un peu femme de ministre. »

DANS L'HÔTEL PARTICULIER DES BETTENCOURT, NEUILLY-SUR-SEINE, 29 OCTOBRE 2009.

FIN