


## NEWS FACE-À-FACE

LA PRESSION, LE STRESS, L'OBLIGATION DE RÉSULTATS ESSOUFFLENT LES ÉQUIPES QUI SONT ALORS TENTÉES DE SE REPLIER SUR ELLES-MÊMES, CE QUI CONSTITUE UNE RÉELLE BARRIÈRE À LA PERFORMANCE. **POUR RÉGIS ROSSI, LA CLÉ DE LA RÉUSSITE POUR UN MANAGER OU UN DIRIGEANT RÉSIDE DANS SON QUOTIENT ÉMOTIONNEL. UNE THÉORIE QU'IL S'EMPLOIE À DÉMONTRER SUR SCÈNE.**

PROPOS RECUEILLIS PAR FRANÇOIS POUZAUD



# “ La réussite du manager & de l'intelligence émotionnelle ”

 Régis Rossi est un conférencier-illusionniste. Depuis la création de sa société MRE, en 2011, il intervient régulièrement auprès des dirigeants et des managers de grands groupes français et internationaux. Les conférences interactives qu'il conçoit et anime ainsi que ses team building s'intéressent à la relation à l'autre, à la communication verbale et non verbale, à l'émergence des talents et aux synergies de groupes. Régis Rossi est certifié Coach Praticien en conduite du changement par la méthode de l'Appréciative Inquiry.

**« Pharmacien Manager ». Vous êtes illusionniste-conférencier, quelles analogies peut-on trouver entre illusion et management d'entreprise ?**

**Régis Rossi.** De prime abord, on peut penser qu'il n'y a aucun lien entre ces deux disciplines. Pourtant, de très nombreuses analogies existent. La réussite du manager comme celle de l'illusionniste se situe dans la relation qu'il établit avec, selon, son équipe ou les spectateurs.

Cette relation est essentiellement basée sur l'écoute active, l'attention, la confiance, la gestion des émotions et la communication non verbale. En utilisant l'ensemble de ces ressorts, le manager et l'illusionniste seront à même de performer en alliant savoir-faire et savoir-être.

**P.M.** Qu'est-ce que l'intelligence émotionnelle et comment se met-elle au service du management et de la communication ?

**R.R.** L'intelligence émotionnelle se définit comme notre capacité à prendre conscience de nos propres émotions, à percevoir et à analyser celles des autres de façon à bâtir des relations durables et efficaces. Qu'est-ce qu'un bon manager ou un bon communicant ? Ce ne sont pas seulement des personnes qui ont des diplômes, des compétences, un raisonnement. Ce sont des individus capables de développer une qualité de rapport non seulement avec eux-mêmes mais aussi avec les autres. Ainsi, les managers et communicants de talent savent-ils faire preuve d'empathie, de maîtrise d'eux-mêmes, de respect des autres, d'aisance sociale

## L'INVITÉ

**Régis Rossi**

CONFÉRENCIER-ILLUSIONNISTE

et d'adaptabilité. C'est en travaillant sur son intelligence émotionnelle que l'on peut développer ces aptitudes.

**P.M.** Est-ce une méthode universelle applicable à tous les types d'entreprises, petites ou grandes ? À tous les types de management ?

**R.R.** Effectivement, l'intelligence émotionnelle concerne tous les secteurs d'activité et toutes les sociétés, quelle que soit leur taille. Ces dernières font actuellement face à une grande complexité du marché due, notamment, aux mutations technologiques et numériques. Devant la multiplicité des sociétés proposant les mêmes produits ou les mêmes services (les pharmaciens étant particulièrement concernés par cette

tateurs, je subtilise, sans que ni le sujet ni l'auditoire ne s'en rende compte, la montre ou le portefeuille de la personne présente avec moi sur scène. Les participants réalisent alors à quel point notre attention est fragile et qu'il est très difficile de se concentrer sur plusieurs choses à la fois. Par ailleurs, l'illusionnisme est un formidable vecteur de mémorisation. En effet, les neurosciences nous enseignent quelque chose de fondamental dans le fonctionnement de notre mémoire : un message est d'autant plus mémorisé qu'il est actif sur les trois dimensions cognitives clés que sont l'attention, la perception et l'émotion. Et qui mieux qu'un illusionniste peut influencer sur ces trois domaines ?

**P.M.** Vous intervenez pour le compte de pharmaciens dans le cadre de journées dédiées aux équipes officinales. Comment analysez-vous cette expérience de la pharmacie ?

**R.R.** À mon sens, le pharmacien est un commerçant qui doit adopter et entretenir une politique d'entreprise : recherche de nouveaux marchés, développement de différents canaux de communication, formation des équipes officinales aux stratégies commerciales...

Parallèlement, les médicaments et les produits parapharmaceutiques ne sont pas des marchandises comme les autres. Ils engagent le bien-être et la santé. Aussi, il est important que le pharmacien sache être un chef d'entreprise tout en conservant son éthique de professionnel de santé. Face à la pluralité des officines et dans un contexte de concurrence (grande distribution, vente en ligne), les pharmaciens n'ont pas d'autre choix que de développer leurs aptitudes dans les domaines de l'accueil, de l'écoute, du conseil et de la prévention.

**P.M.** Face à cette dualité de professionnel de santé et chef d'entreprise inscrit au registre du commerce, comment accompagnez-vous les pharmaciens ?

**R.R.** L'objectif pour un professionnel de santé est de mettre ses connaissances au service de sa clientèle. Mon rôle est d'accompagner les pharmaciens dans leurs relations interpersonnelles non seulement avec leurs patients et leurs équipes mais également avec leurs fournisseurs. Mais ils ne peuvent le faire qu'en ayant une bonne communication et une relation de confiance avec l'ensemble des interlocuteurs. Pour cela, j'interviens sous la forme de conférences qui invitent les participants à sortir de leur cadre et à porter un nouveau regard sur l'art managérial. Elles favorisent la performance de l'équipe en renforçant le capital-confiance de chaque collaborateur et génèrent un état d'esprit positif en encourageant la coopération. De plus, elles permettent d'instaurer des relations efficaces grâce à la gestion des émotions et une attention particulière portée à la communication non verbale. Je propose également des team buildings ayant pour objectif de développer l'intelligence collective et de renforcer la cohésion de groupe sans omettre la mise en lumière des forces individuelles. Enfin, elles apprennent à démontrer de l'empathie et à susciter de l'adhésion grâce aux postures et aux prises de parole. ●

problématique), celles qui feront la différence seront celles qui, grâce à l'intelligence émotionnelle, placeront les valeurs, l'engagement et le facteur humain au cœur de leurs préoccupations. Aujourd'hui, une entreprise ne peut plus se contenter de répondre uniquement à la demande du client. Il faut qu'elle aille plus loin, en privilégiant un accueil personnalisé qui passe, à la fois, par une proximité relationnelle, une fidélisation du client et un sens du service élevé.

**P.M.** Pourquoi recourir à l'illusion pour parler de communication et de management ?

**R.R.** L'illusion est un outil puissant pour générer dans l'auditoire une véritable prise de conscience. Lors de mes conférences, je démontre à partir des mécanismes de l'illusion comment nos émotions conditionnent nos perceptions, nos prises de décision, notre communication et nos comportements. Grâce à ces prises de conscience, j'invite les participants à porter un nouveau regard sur eux-mêmes, sur leur relation à l'autre et sur leur environnement professionnel. Chacune des expériences que je propose a été pensée afin de servir un objectif précis. À titre d'exemple, je fais un numéro de pickpocket : alors que je suis face à plus de 500 spec-

# l'engagement dépend de l'intelligence émotionnelle