



Baromètre 2025 de la **réputation IA** **des leaders du SBF 120**

OCTOBRE 2025

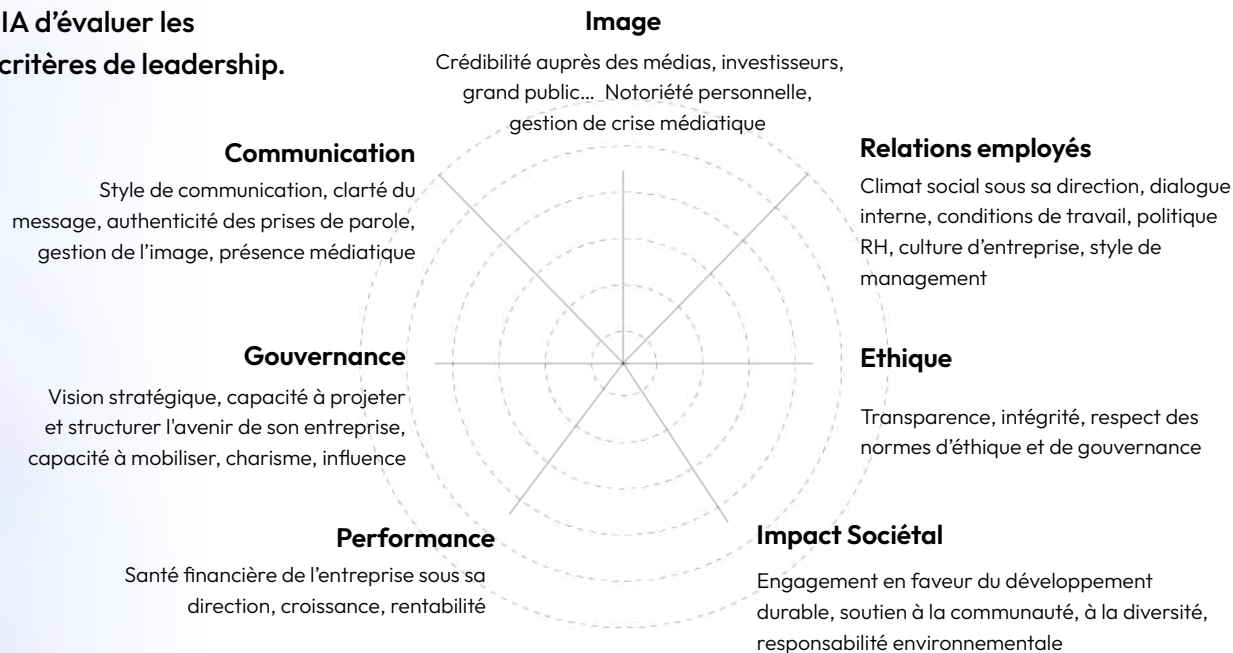
PRovoke

Best agency in
continental Europe 2025



Le 2ème baromètre de réputation IA des dirigeants

Après l'analyse des dirigeants du CAC 40 en avril,
nous avons demandé à une IA d'évaluer les
dirigeants du SBF 120 sur 7 critères de leadership.





Méthodologie & objectifs

Méthodologie

Nous avons demandé à une IA (ChatGPT, la plus populaire) d'attribuer une note à chacun des dirigeants du SBF 120 selon une liste de 7 critères pré-définis, afin **d'obtenir une évaluation de leur leadership.**

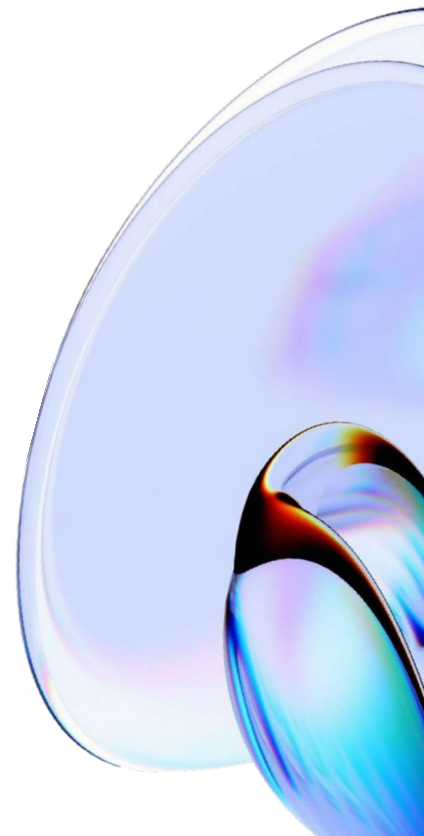
Objectifs



Analyser **comment les grands patrons sont décrits par l'IA** et l'impact sur leur réputation lorsque les parties prenantes utilisent ces outils pour se forger une opinion.



Comparer les dirigeants pour voir si l'IA met en avant **un leadership plus affirmé chez certains**, ou au contraire, révèle un manque de leadership chez d'autres.





Une réputation encore **trop lisse face à l'IA**

L'analyse d'IA montre **une note moyenne de 7,1/10**, portée par **la gouvernance et la performance**, des atouts désormais considérés comme des prérequis.

Mais l'IA peine à distinguer les profils : peu de dirigeants se démarquent vraiment. La raison ? **Des contenus officiels insuffisamment riches ou structurés** pour nourrir les moteurs d'IA.

Résultats : **une réputation uniforme**, avec des écarts entre leaders qui restent faibles et des prises de position marquantes trop rares.

En 2025, **l'IA redessine la réputation des dirigeants** - une nouvelle donne que ce baromètre met en lumière.



3 insights **marquants**

[01]



**Les sources
utilisées
par l'IA sont
déterminantes**

[02]



**Les secteurs
*Médias et
divertissement*
à la peine**

[03]



**Performance
& gouvernance :
*des critères
toujours solides***

Comment les **analyser** ?

[01]

Les sources utilisées par l'IA sont **déterminantes**

Les top 3 profils du classement – Estelle Brachlianoff (Veolia Environnement), Tim Albertsen (Ayvens) et Benoît Bazin (Saint-Gobain) – ont tous en commun un sourcing IA qui s'appuie sur au moins 3 pages du site officiel de l'entreprise.

À l'inverse, pour les profils les plus bas du classement – Cyrille Bolloré (Groupe Bolloré), Philippe Salle (Atos), Yves Guillemot (Ubisoft) – l'IA ne s'est appuyée à aucun moment sur les sites officiels des entreprises.

Cela révèle la nécessité croissante : maîtriser la communication sur l'ensemble des canaux : grande presse, médias digitaux et sociaux, ainsi que des plateformes communautaires comme Reddit, en s'appuyant sur des contenus officiels afin de renforcer la précision, la cohérence globale et la légitimité des informations.

Ils ne sont plus simplement un outil de communication externe, mais un véritable levier d'influence, qui va conditionner la manière dont les moteurs IA vont traiter leurs sujets. À terme, les partenariats entre entreprises, médias, acteurs de l'IA et réseaux conversationnels pourraient renforcer encore leur visibilité et leur crédibilité.



En ouvrant les portes de son quotidien à l'influenceur [Ludovic B.](#) avec le format “Deux journées dans la vie d'une patronne d'un Groupe du CAC40”, Estelle Brachlianoff (#1 du classement) innove et inspire de la confiance chez ses collaborateurs comme en externe.

De plus, ce contenu, relayé sur le site officiel de Veolia et donc multicanaux, vient directement répondre à ce premier insight : elle nourrit les moteurs IA et renforce la note globale de la dirigeante.





Comment les **analyser** ?

[02]



Les secteurs **Médias** **et divertissement** **à la peine**

Des évolutions sectorielles nettes sont observées. Le luxe, « bon élève » du premier baromètre, prend une place dans la moyenne : ses leviers puissants (storytelling, puissance des marques) ne lui suffisent pas à creuser un écart pour les moteurs IA. Ses dirigeants ont souvent du mal à soigner leur réputation grand public, ce qui cause le recul relatif du secteur.

Les secteurs des médias et du divertissement (nouvellement étudiés) affichent la réputation la plus faible (6.7). Plus que tout autre secteur, leur réputation est exposée aux polémiques sur les contenus, à une remise en cause des modèles économiques ou à une perte globale de confiance. Les dynamiques d'opinion et l'actualité guident leur narration.

Stabiliser un récit positif et maîtriser le discours, quel que soit le contexte : ces 2 secteurs symbolisent le besoin d'une communication maîtrisée des dirigeants de l'ensemble des domaines étudiés.

CheckNews

Quand Bernard Arnault tente d'interdire aux équipes de LVMH de parler à certains médias

Dans une note interne datée de janvier, le PDG interdit formellement tout échange avec plusieurs médias indépendants en dehors des canaux de communication officiels.



Pour Bernard Arnault, une réputation IA difficile à soigner, les moteurs étant nourris d'articles à tonalité négative, qui viennent fragiliser la réputation globale et celle du secteur.

Vivendi : les rémunérations des dirigeants bondissent malgré le fiasco de la scission

Le conglomérat, éclaté fin 2024 en quatre entités cotées, va très généreusement récompenser Yannick Bolloré, Maxime Saada et Arnaud de Puyfontaine.

La disparition prochaine de Vivendi signe l'échec de la stratégie de synergies d'Arnaud de Puyfontaine

Ubisoft : renvoi du procès pour harcèlement moral et sexuel de trois anciens cadres

*Impact des stratégies au coeur d'un secteur fragilisé, scandales personnels : **les dirigeants des Médias et du Divertissement sont à la peine.***



Comment les **analyser** ?

[03]



Performance et gouvernance : *des critères toujours solides*

L'ensemble des secteurs obtient des notes significativement plus élevées sur les critères de gouvernance et performance. Elles apparaissent comme des “exigences” réputationnelles : il est nécessaire de les adresser mais elles ne sont pas suffisantes pour se différencier.

La relation employés, l'éthique ou la communication obtiennent les notes les plus faibles. Ces critères, plus émotionnels, façonnent directement l'opinion publique et donc l'IA : ils permettent de créer une image différenciante et marquante.

Les négliger relève du risque réputationnel. Les investir par la voie du dirigeant, c'est, à l'inverse, incarner des valeurs (humaines, sociales, sociétales...) qui résonneront durablement et qui permettront à l'entreprise (et au dirigeant) de se distinguer par rapport à une concurrence qui n'investirait pas ce terrain.



Benoît Bazin, PDG de Saint-Gobain et 3ème du Baromètre, visite régulièrement les usines du Groupe, mettant ainsi en avant les équipes Saint-Gobain à travers le monde.

Il nourrit ainsi des critères tels que la Relation Employés, très différenciants, très engageants sur les réseaux sociaux, et qui permettent d'incarner les valeurs qu'il défend pour le Groupe.



Top 3



Estelle Brachlianoff

Veolia Environnement

8,6



✓ Communication authentique, inspirante et proactive dans l'espace public.

⚠ Malgré l'excellence générale, certains indicateurs PRI (diversité, inclusion, actions sociales ciblées) sont moins médiatisés.



Tim Albertsen

Ayvens

8,6



✓ Figure majeure du secteur avec des distinctions marquantes, crédibilité forte auprès des investisseurs.

⚠ Forte reconnaissance spécialisée, mais moindre présence dans les médias grand public. Les pratiques RH et sociales manquent de transparence externe détaillée.



Benoît Bazin

Saint-Gobain

8,3



✓ Leadership interne reconnu, confiance des investisseurs et du conseil d'administration, excellente performance financière

⚠ Orateur efficace en interne mais peu visible médiatiquement auprès du grand public. Pas d'engagement personnel visible sur le plan éthique



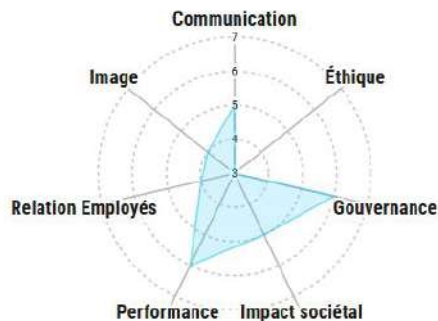
Flop 3



Yves Guillemot

Ubisoft

4,7



✓ Vision créative forte et capacité démontrée de rebond commercial dans un secteur hautement concurrentiel.

⚠ Crédibilité fragilisée par des scandales éthiques, un dialogue social déficient et une communication insuffisamment mobilisatrice.



Philippe Salle

Atos

4,9



✓ Leadership de crise déterminé, clarifiant la stratégie et renforçant la gouvernance.

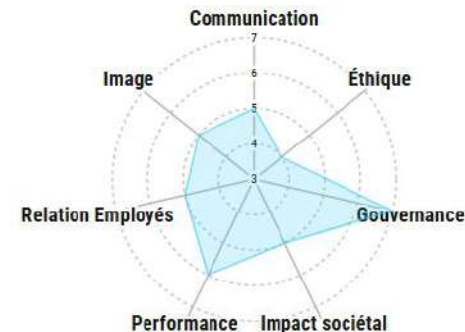
⚠ Faible visibilité sociétale et résultats financiers encore limités, nécessitant un management plus inclusif et des initiatives RSE plus structurantes.



Cyrille Bolloré

Groupe Bolloré

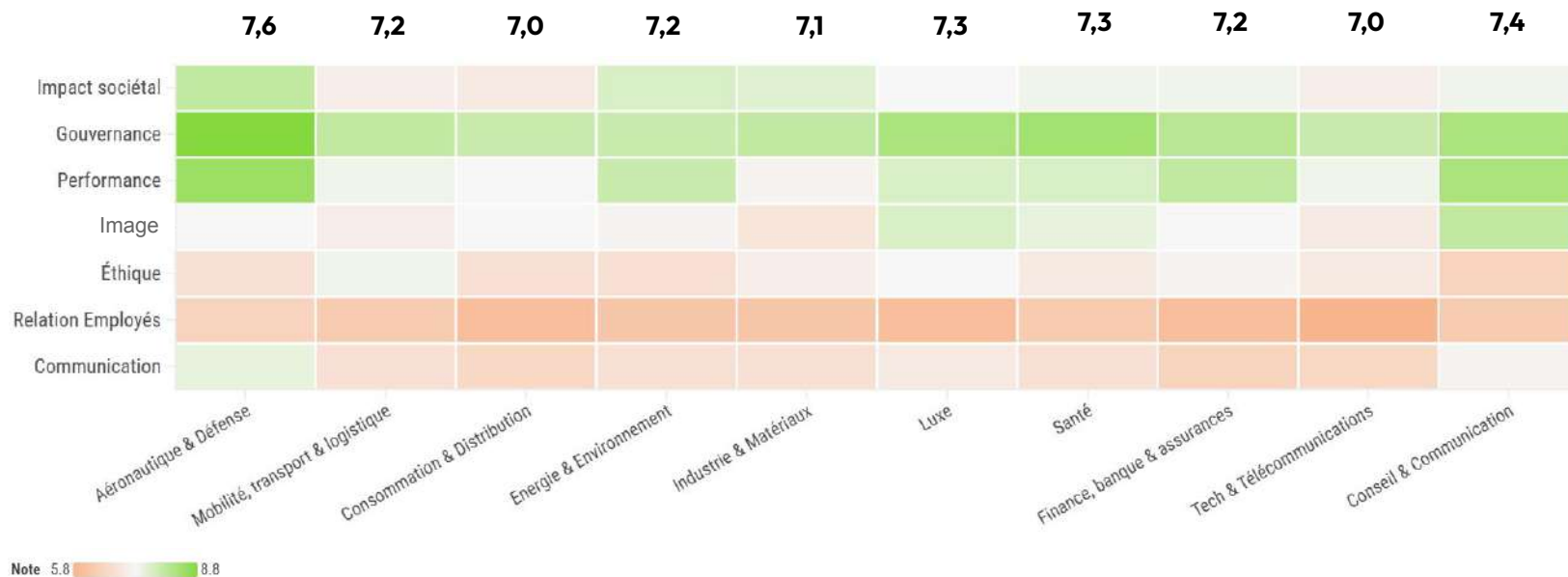
5,3



✓ Gouvernance familiale stabilisée et recentrage stratégique cohérent, assurant la continuité du groupe.

⚠ Communication publique très discrète et engagement sociétal modéré, limitant l'impact inspirant et la mobilisation autour de sa vision.

Des critères moins bien perçus, peu importe les secteurs





Critères moins bien perçus : **Analyse des insights**

Tous secteurs confondus, les scores sont significativement plus élevés sur les critères

Gouvernance et Performance.

Une tendance déjà observée sur l'analyse CAC 40 mais qui est encore plus marquée sur l'analyse SBF 120.

Pour se démarquer singulièrement des autres acteurs, **les efforts peuvent être renforcés sur des aspects plus différenciants** tels que la relation employé, l'éthique ou encore la communication.

[01]



**Des dirigeants
trop distants ?**

[02]



**Une réputation
équilibrée,
peu polarisée**

[03]



**La confiance, pour
soigner l'externe
comme l'interne**



Des dirigeants **trop distants** ?

[01]



Des dirigeants trop distants ?

Au global, les dirigeants sont perçus comme solides sur les dimensions rationnelles - gouvernance, performance, impact sociétal... - mais semblent moins convaincants sur les attentes humaines ou relationnelles.

Ils doivent montrer une écoute réelle et une compréhension des préoccupations de leurs collaborateurs, s'exprimer avec transparence sur les enjeux sensibles : c'est ainsi qu'ils peuvent se démarquer et transformer leur image "distante" en celle de leaders accessibles et reconnus.



« Santé au travail : prendre soin de ceux qui prennent soin » 🧐

Pour Laurent Guillot, la santé au travail ne doit plus être un problème marginal à régler, notamment dans le secteur du soin. Il faut entièrement changer de logiciel, selon le directeur général d'Emeis.

Scandale Orpea : le patron d'Emeis promet transparence, recrutement et hausse des salaires

TRANSPARENCE. Trois ans après le scandale des Ehpad, le directeur général d'Emeis souhaite accélérer la transformation du groupe.

Deux ans après la publication du livre *Les Fossoyeurs* (Victor Castanet) dédié au Groupe Orpea, le directeur général d'Emeis, Laurent Guillot, parvient à se détacher de l'image fragilisée du Groupe.

Par le biais d'opérations fortes de communication multicanaux (partenariat avec Le Crayon, tribune presse, communication LinkedIn forte), dans lesquelles il se rend accessible, sa réputation dans les moteurs IA lui permet d'atteindre la 8ème place du Baromètre (note de 8/10 en communication, image et relation employés).



Une réputation **équilibrée, peu polarisée**

[02]



Une réputation **équilibrée, peu polarisée**

Les dirigeants ne suscitent globalement ni engouement massif ni rejet franc, les notes oscillant plus souvent autour de la moyenne.

Cela peut témoigner d'une moindre prise de risque, mais montre que les dirigeants manquent régulièrement d'un récit fort et mobilisateur - de fait, plus engageant.

Des prises de position plus fortes représentent une prise de risque plus élevée et forge les réputations, autant qu'elle permettent une meilleure identification et une différenciation.

L'exemple d'une prise de position forte de Stéphane Boujnah (Euronext), relayée sur LinkedIn et via le média Le Point.

Cette parole, très engagée, le différencie et l'identifie directement. Sa réputation globale en est touchée positivement, puisqu'il bénéficie d'une note d'image à 8/10 et d'une note d'impact à 9/10.

Il en va de même pour Catherine McGregor (Engie), qui bénéficie des mêmes notes d'impact et d'image, et qui assume des prises de position fortes.





La confiance, pour soigner l'externe comme l'interne

[03]



La confiance, pour soigner l'externe comme l'interne

Relation employés, éthique, communication : plus de proximité et de preuves concrètes des engagements permettent aux dirigeants de générer de la confiance, en interne, et de développer leur marque employeur, en externe.

La communication des dirigeants, sur tous les canaux, attend aujourd'hui des preuves et résultats concrets : il ne suffit plus de se décréter "engagé" pour asseoir sa réputation mais de témoigner de la mise en oeuvre réelle de ses propres engagements et de ceux de son entreprise, au risque de laisser une réputation se construire hors de notre "contrôle".

Sophie Bellon, PDG de la Sodexo : « Je mange à la cantine comme tout le monde ! »

Quoique gourmande, Sophie Bellon s'applique à elle-même les engagements de son groupe pour une alimentation durable.

OPINION. « Derrière chaque triomphe collectif, il y a des milliers de mains », par Sophie Bellon, directrice Générale de Sodexo

THE VOICE OF EXPERIENCE | EDHEC VOX

Nourrir le monde - Sophie Bellon, SODEXO

Nouveaux modes de consommation

Retraçons le parcours et les ambitions de **Sophie Bellon**, ancienne étudiante de l'EDHEC et présidente du conseil d'administration de Sodexo.

CONFERENCE MOST POWERFUL WOMEN

@fem

Queens of influence: Meet the women shaping Europe's future

CONFERENCE MOST POWERFUL WOMEN



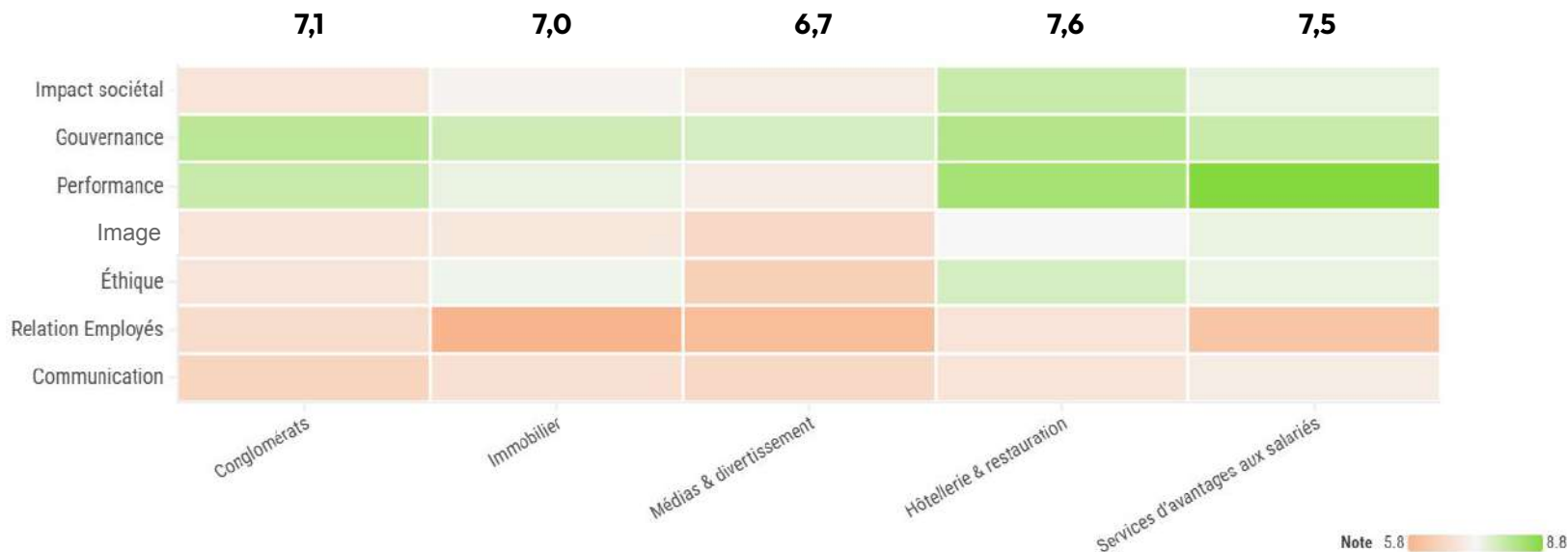
From left to right: Sophie Bellon, Sodexo; Anne-Laure Lecoq, L'Oréal; and Anne-Laure Lecoq, L'Oréal.

Pour Sophie Bellon, Directrice Générale de Sodexo, une présence médiatique très forte, qui transmet autant son influence générale et ses messages ("Nourrir le monde") qu'elle soigne sa relation employés, en mettant en avant sa relation aux collaborateurs et le collectif (note de 8/10 dans le Baromètre).

Cette communication génère de la confiance et valorise son engagement.



De nouveaux secteurs par rapport au précédent classement





Nouveaux secteurs : **Analyse des insights**

Parmi les secteurs nouvellement analysés, les **Médias et divertissement enregistre le score le plus faible** du classement tandis que les acteurs du secteur de l'**Hôtellerie et restauration sont particulièrement bien perçus** par rapport aux autres acteurs, notamment sur le critère de l'éthique.

[01]



Médias et Divertissement : *en tension*

Les notes accordées par l'IA au secteur des médias et du divertissement traduisent un déséquilibre : les fondamentaux sont plutôt maîtrisés (gouvernance – une note malgré tout mitigée en raison de l'opacité qui peut régner), mais les dimensions plus humaines et incarnées sont très fragiles.

Les défis, pour les dirigeants du secteur, sont de parvenir à inspirer de la confiance, valoriser les collaborateurs et donner de la visibilité sur leurs engagements dans une période où la narration leur échappe (actualités, crise permanente et multi-canaux) et où l'exposition constante rend difficile l'installation d'une image positive durable.

[02]



Hôtellerie & Restauration : *la force de l'éthique*

Alors que l'hôtellerie-restauration souffre souvent d'une mauvaise image auprès du grand public (emplois, impact écologique, ouvertures quasi quotidiennes), ses dirigeants sont étonnamment mieux perçus par l'IA.

Leur proximité avec l'humain – accueil, relation au client, expérience vécue – donne le sentiment d'une éthique tangible et compréhensible.

Cette contradiction ouvre un espace de différenciation que les leaders peuvent exploiter pour renforcer leur légitimité et reprendre la main sur l'image de leur industrie.

[03]



Le besoin de trouver ses facteurs de différenciation

Si l'hôtellerie-restauration montre la force d'un facteur comme l'éthique (sa note se démarque sur ce volet), d'autres illustrent les risques inhérents aux secteurs sous pression ou soumis à une forte attention "populaire".

Les dirigeants doivent, plus que jamais, identifier leurs critères de différenciation : ceux qui font leur unicité et qui les rendent "identifiables" au yeux de tous et des IA.

Les conglomérats ou l'immobilier, peuvent investir ce terrain pour renforcer leur capital réputationnel et casser une image parfois distante.



3 aspects marquants sur les tops 10 dirigeants

Un certain nombre de points communs ressort unanimement dans les analyses des top 10 dirigeants.

[01]



Performance financière irréprochable

Tous les profils présents dans le top 10 du classement affichent des résultats financiers robustes et réguliers pour leurs entreprises, une génération de cash-flow importante, de la création de valeur pour les actionnaires et une croissance soutenue malgré des contextes difficiles.

[02]



Engagement ESG et impact sociétal

La totalité des profils présents dans le top 10 du classement attestent d'une transition écologique réussie et de considérations environnementales intégrées à la stratégie de l'entreprise.

Ils bénéficient en outre de certifications et de reconnaissances ESG et affichent un impact environnemental et sociétal mesurable.

[03]



Communication plutôt institutionnelle

Les dirigeants les plus performants ont un style de communication discret, avec une faible visibilité médiatique grand public.

Ils s'adressent davantage aux acteurs B2B, à une cible institutionnelle, dans un registre éloigné du discours émotionnel, au risque de paraître peu accessible.

Cette caractéristique est constatée pour 9 des 10 dirigeants dans le top du classement.

Sur ces 3 critères, la notion de crédibilité est déterminante. Elle s'inscrit dans un mode de communication authentique, humain et transparent.





3 best practices sur les critères différenciants

Sur ces 3 critères, la notion de crédibilité est déterminante. Elle s'inscrit dans un mode de communication authentique, humain et transparent.

[02]



Ethique

Les dirigeants les plus performants sur le critère éthique affichent une gouvernance exemplaire et transparente, les engagements ESG sont reconnus par des certifications. La crédibilité personnelle des dirigeants sur les aspects éthique est également déterminante.

L'éthique est perçue comme un levier stratégique intégré qui renforce la légitimité et la performance durable de l'entreprise.



Dassault Aviation applies a "zero-tolerance" policy towards the corruption and influence peddling.

Éric Trappier, Chairman and Chief Executive Officer of Dassault Aviation



"Mondialement présent, le Groupe Nexans partage les valeurs les plus hautes dans l'Éthique et la Conduite des affaires. C'est notre guide et une référence pour nos clients. Notre engagement est entier pour sécuriser notre réputation et notre succès, pour gagner la confiance de chacun, par le biais de procédures de gouvernance, d'éthique et de conformité. C'est dans l'intérêt de chacun d'y adhérer. Prenons ensemble la décision de nous y conformer durablement."

Christopher Guérin
Directeur Général



Je suis convaincu que l'intégration du handicap dans la politique du Groupe contribue à modifier la représentation collective du handicap dans nos activités et dans la société en général.



Luc Themelin
Directeur Général

Benoît Coquart

En 2019, il est président du jury des Next Leaders Awards¹¹

En 2020, en période de crise, il annonce l'annulation de dividende, la réduction de sa rémunération annuelle^{12, 13}. Au premier trimestre 2021, malgré la hausse des prix des matières premières et le risque de pénuries, Benoît Coquart assure qu'il n'y a pas eu d'interruption de production dans aucune usine à travers le monde¹⁴.

La même année, il engage l'entreprise dans la lutte contre l'homophobie en signant une charte « diversité et inclusion »¹⁵ et figure parmi les dirigeants qui agissent en faveur de l'inclusion des LGBT¹⁶.

En 2021, il annonce la création d'un fonds solidaire dédié aux personnels des établissements médicaux pour personnes âgées^{17, 18}.



3 best practices sur les critères différenciants

Sur ces 3 critères, la notion de crédibilité est déterminante. Elle s'inscrit dans un mode de communication authentique, humain et transparent.

[03]



Communication

L'excellence communicationnelle des dirigeants repose sur une communication authentique et humaine, sur une vision stratégique claire et mobilisatrice, et sur une transparence crédible.

Cette approche révèle que la communication des leaders n'est pas seulement informationnelle, mais devient un levier stratégique d'engagement qui allie proximité humaine, vision claire et capacité à projeter vers l'avenir.

Christopher Guérin, DG de Nexans : « Economie, environnement et engagement doivent être pensés ensemble »

Christopher Guérin, CEO Nexans - Le Grand Entretien

10 MIN DE LECTURE

Acteur majeur et historique de l'industrie des câbles, coté en Bourse, Nexans retrouve ses origines en recentrant ses activités sur l'électrification. Des résultats en hausse n'excluent pas une politique sociale forte et un souci environnemental ambitieux. Bien au contraire. Selon Christopher Guérin, CEO du groupe, performances, QVT et RSE unifiées sont les conditions d'une transformation gagnante de l'entreprise. Avec, au cœur de ce système d'exploitation, un management qui se veut visionnaire et inspirant. Rencontre.

PAR ANNE CÉCILE HUPPELLE, RÉDACTRICE EN CHEF DE "PEOPLE AT WORK"



Au sein de vos communications corporate, le concept d'« humain » apparaît en tant que valeur capitale de Nexans. Souvent convenu, le terme ne l'est pas chez vous. Pouvez-vous nous en expliquer la raison ?

En 2018, j'ai récupéré une société que je jugeais désincarnée. Je trouve que le monde de l'entreprise est dans l'obsession de la mesure. Seulement, derrière les indicateurs, il y a des personnes. Il y a longtemps que je réfléchis au modèle social. Déjà, entre 2014 et 2018, lorsque j'étais patron de Nexans Europe, cette dimension m'était chère. Par exemple, nous avions interviewé la génération Y [dont les membres, les millennials, sont nés entre 1980 et 1995, NDLR] de toute la zone. Les retours des répondants se concentraient sur ceci : « Si nous travaillons au sein d'un groupe industriel, c'est qu'on le veut. » En effet, si ces jeunes avaient voulu intégrer une start-up avec une vision court-termiste, une logique de croissance rapide, ils n'auraient pas choisi Nexans. Dans une boîte industrielle, les collaborateurs veulent savoir d'où ils viennent, connaître les racines de l'entreprise, ses symboles. Ainsi que la vision à dix ans et la contribution de l'entreprise à la réduction de l'empreinte carbone.



La note de l'analyste

L'enjeu de la confiance dans l'IA

Lorsque l'on interroge ChatGPT pour obtenir la liste des dirigeants du SBF 120, on constate que près d'un profil sur deux (56 sur 120) est incorrect ou obsolète. L'IA hallucine encore beaucoup. Pourtant, près de 81% des utilisateurs disent faire confiance à l'IA pour s'informer (source : YouGov 2024).



Cette surconfiance renforce l'enjeu pour les entreprises et leurs dirigeants : s'assurer que les informations fournies par l'IA soient exactes et mises à jour en continu.

Au-delà de vérifier les réponses des IA, on peut aussi agir sur les sources qu'elles utilisent pour répondre (site d'entreprise, presse, Wikipédia, réseaux sociaux, ou encore des forums comme Reddit).



Qui **sommes-nous?**



1ère agence indépendante
de relations public

Conseil en communication, spécialiste de
l'influence digitale et des relations publics.

Fondation



2012

Chiffre d'affaires



18M€

Collaborateurs



+130

Croissance par an



10%



Contactez-nous

[SITE WEB](#)



+33 1 84 16 15 75



ask@jin.fr

ANNEXE

Classement **Général**



	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
1	Estelle Brachlianoff VEOLIA ENVIRONMENT	8	9	9	9	9	8	8	8,6	Vision stratégique forte et mobilisation autour de la transition écologique (plan Green Up). Performance financière robuste et régulière. Forte crédibilité et rayonnement médiatique. Modèle de gouvernance étayé par des indicateurs extra-financiers et une réelle cohérence éthique. Impact environnemental et sociétal tangible et mesuré. Climat social dynamique et attention portée à la sécurité et au bien-être du personnel. Communication authentique, inspirante et proactive dans l'espace public.	Malgré l'excellence générale, certains indicateurs PRI (diversité, inclusion, actions sociales ciblées) sont moins médiatisés. Le contexte macroéconomique reste fluctuant, exigeant adaptation constante.
2	Tim Albertsen AYVENS	8	8	9	9	9	8	9	8,6	Leadership stratégique exceptionnel : transformation réussie et plan structurant bien piloté, reconnu par le secteur. Performance financière solide : retour aux marges, synergies efficaces, résultats financiers encourageants. Exemplarité ESG : mobilité durable, certification Platine Ecovadis, forte crédibilité sociétale. Mobilisation interne : reconnaissance explicite des équipes et engagement collectif assumé.	Visibilité publique modérée : forte reconnaissance spécialisée, mais moindre présence dans les médias grand public. Dialogue interne peu rapporté : bien qu'évoqué, les pratiques RH et sociales manquent de transparence externe détaillée.
3	Benoît Bazin SAINT-GOBAIN	8	7	9	9	9	8	8	8,3	Stratégie claire et leadership reconnu, avec des plans structurants bien exécutés et un soutien unanime du conseil d'administration. Excellente performance financière malgré un contexte macroéconomique difficile ; résultats records, génération de cash massive, perspectives optimistes pour 2025. Engagement RSE tangible avec des réductions carbone importantes, acquisitions soutenant la durabilité, et intégration ESG dans les incitations managériales. Solide mobilisation interne, comme le montre l'engagement élevé des collaborateurs.	Visibilité publique limitée : le style de communication reste plus institutionnel que charismatique auprès du grand public. Absence d'anomalies éthiques, mais peu d'éléments positifs notables, hormis la bonne gouvernance générale.
4	Jérôme Bruhat ROBERTET	8	8	8,5	9	8,5	7,5	8	8,2	Leadership clair et moderne, avec gouvernance séparée et vision stratégique pour un groupe familial historique. Forte croissance et performance financière solide, portée par toutes les divisions. Engagement concret pour la durabilité, y compris via des innovations écologiques et une réduction mesurée des ressources. Communication équilibrée, qui fait le lien entre héritage traditionnel et transformation technologique.	Manque de visibilité publique sur les dynamiques internes avec les employés. Peu d'éléments sur son style personnel au-delà d'un positionnement visionnaire et structuré.
5	Gauthier Louette SPIE	7	8	9	8	9	8	8	8,1	Parcours exemplaire au sein de SPIE, témoignant d'une vision stratégique claire et d'une capacité à fédérer. Croissance soutenue de l'entreprise avec des résultats financiers records. Engagement fort en faveur de la transition énergétique et numérique. Respect des normes éthiques et de gouvernance.	Moins médiatisé, ce qui peut limiter sa visibilité auprès du grand public. Peu d'informations disponibles sur ses relations avec les employés au-delà des aspects RSE.
6	Stéphane Boujnah EURONEXT	7	8	9	9	9	7	8	8,1	Vision stratégique remarquable : transformation en champion paneuropéen des marchés financiers. Performance financière très solide, diversification réussie vers les services non-volume. Haute crédibilité institutionnelle, reconnaissance internationale. Engagement ESG intégré et impact sociétal clairement affirmé.	Communication davantage institutionnelle que grand public, moins accessible émotionnellement. Visibilité limitée sur la gestion interne et le climat social concret. Absence de critiques fortes mais multiples défis réglementaires et concurrents puissants à surveiller.
7	Laurent Guillot EMEIS	8	8	9	7	8	8	8	8,0	Leadership fort et transformation réussie de la gouvernance avec repositionnement stratégique. Réduction de la dette et redressement financier solide, avec injections de capitaux structurants. Crédibilité et vision éthique affirmées, transparence dans les actes. Priorité donnée à la qualité des soins, à la sécurité du personnel et au bien-être des équipes. Style de communication authentique, humain, se déployant directement sur le terrain.	L'impact sociétal reste à mieux structurer en termes d'initiatives externes (labellisation, qualité benchmark intersectoriel). Bien que visible, sa communication reste tournée vers le groupe interne : plus d'interventions publiques pourraient renforcer la visibilité du projet Emeis.
8	Sophie Boissard CLARIANE	8	7	9	9	7	8	8	8,0	Leadership durable et vision stratégique forte, illustrée par sa transformation réussie de Korion → Clariane, et la designation en tant qu'entreprise à mission. Approche profondément sociale, humaine et sociétale, intégrée à la mission même du groupe. Réputation solide, éthique marquée, engagement hors du commun (fondation, projets, communication tournée vers les fragilités).	Résultat net négatif en 2024 nécessite consolidation financière. Quelques réserves évoquées dans les médias concernant des pratiques du groupe avant sa transformation (Cash Investigation 2022). Moins visible au delà du secteur, style sobre plutôt qu'iconique ou charismatique grand public.
9	Christopher Guérin NEXANS	8	8	9	8	8	7	8	8,0	Vision stratégique forte, transformation du modèle, recentrage sur la valeur, leadership reconnu (Prix stratégique EIM-KPMG). Performance solide en 2024, croissance, rentabilité, création de valeur malgré contexte macro tendu. Engagement éthique et sociétal structuré, aligné avec des standards rigoureux de conformité et RSE.	Dialogue social parfois fragile face aux suppressions ou remaniements d'activités peu explicités publiquement. Communication peu tournée vers le grand public, style principalement institutionnel et orienté B2B. Risque latent : dépendance à l'accélération de la transition énergétique ; la pression sur les résultats futurs peut générer des tensions internes non couvertes médiatiquement.
10	Olivier Andriès SAFRAN	8	7	9	8	9	7	8	8,0	Vision et leadership remarquables : transformation stratégique inscrite dans la durée, performances sectorielles et pilotage renforcé face aux crises. Résultats financiers solides, croissance rentable, diversification réussie et redéploiement international ciblé. Engagement sociétal structuré et opérationnel : neutralité carbone, transition énergétique, maillage global de maintenance, partenariats renforçant la souveraineté européenne.	Dimension éthique perfectible : implication dans une mise en examen liée à des événements anciens dans l'industrie, et tensions avec certaines collectivités locales. Dialogue social peu visible publiquement, malgré discours sur inclusion et conditions de travail. Communication majoritairement institutionnelle, réservée aux cercles professionnels, laissant peu de visibilité grand public.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
11	Valérie Baudson AMUNDI	8	7	9	8	9	7	8	8,0	Leadership stratégique affirmé : pilotage efficace des ambitions et acquisitions, gouvernance renforcée, Performance exemplaire : année accord, encours en hausse, forte génération de valeur et bonne maîtrise des coûts. Rayonnement notable : reconnue dans la finance européenne comme une femme influente, légitimité forte. Engagement sociétal tangible : position ESG robuste, transparence, adhésion des actionnaires. Communication professionnelle : claire et confiante, recevable par les investisseurs et partenaires.	Visibilité limitée au grand public malgré un leadership affirmé dans la finance. Engagement interne peu documenté publiquement, avec peu d'indications sur le management social ou les initiatives RH spécifiques. Éthique non médiatisée même si conforme, sans initiatives personnelles mises en lumière.
12	Catherine MacGregor ENGIE	7	8	9	9	8	7	8	8,0	Leadership stratégique de haut niveau dans un contexte en pleine transformation énergétique. Excellente performance opérationnelle dans les renouvelables et le stockage, génération solide de cash flow. Réputation internationale solide, notamment sur les enjeux climat et gouvernance durable. Impact sociétal tangible via des avancées environnementales et énergétiques concrètes.	Communication plus institutionnelle que grand public, limitant son exposition médiatique. Visibilité limitée sur les pratiques RH internes ou la gestion des collaborateurs au quotidien. Bilan solide mais avec une légère baisse organique de l'EBIT hors nucléaire, bien compensée par la stratégie globale.
13	Stéphane Pallez FDJ UNITED	7	8	9	9	8	7	8	8,0	Leadership stratégique fort avec une transformation profonde (privatisation, acquisitions, internationalisation, nouvelle identité FDJ UNITED). Performance financière robuste et diversification réussie dans le digital et les paris. Réputation institutionnelle solide, gouvernance exemplaire et alignement stratégique sur les enjeux ESG. Engagement sociétal concret : inclusion, éducation, diversité, avec une communication active sur ces piliers.	Communication davantage institutionnelle que grand public, limitant son influence émotionnelle auprès d'un large audience. Visibilité faible sur les pratiques RH au quotidien, le dialogue social ou les tensions éventuelles en interne. Le défi de l'harmonisation culturelle internationale reste un axe à surveiller dans la mise en œuvre du nouveau positionnement européen.
14	Sophie Bellon SODEXO	7	8	8	9	8	8	7	7,9	Vision stratégique affirmée, transformation réussie via recentrage, efficacité organisationnelle et simplification du groupe. Résultats solides : croissance durable, rentabilité en progression, nouveaux contrats record, cash-flow robuste. Engagement sociétal exemplaire : inclusion, diversité, réduction carbone, lutte contre le gaspillage, intégration de populations fragiles. Leadership légitime, reconnu dans les cercles ESG et sociétés cotées.	Croissance nord-américaine ralentie, entraînant un avertissement sur les prévisions pour 2025. Communication plutôt corporate, peu charismatique ou accessible au grand public. Dialogue social non exposé publiquement, malgré des indicateurs internes de satisfaction élevés.
15	Loïc Sautour PLANISWARE	6	9	8	8	9	8	7	7,9	Performance financière et stratégie solide : croissance rentable, trésorerie forte, expansion internationale maîtrisée. Gouvernance et éthique exemplaires : certifications ESG, RSE intégrée, structure de gouvernance claire. Climat social favorable : reconnaissance comme "Great Place to Work" avec indicateur de confiance élevé.	Visibilité personnelle limitée : Loïc Sautour est peu mis en lumière médiatiquement, communication principalement institutionnelle. Peu de matière publique sur son style de leadership : manque de détails sur sa manière de diriger ou d'être perçu individuellement.
16	François Jackow AIR LIQUIDE	8	7	8	9	8	7	8	7,9	Vision stratégique cohérente et gouvernance solide avec objectifs opérationnels augmentés et crédibilité renforcée. Résultats financiers robustes, record de marge et confirmation de la trajectoire de croissance. Engagement sociétal significatif : réduction carbone, sécurité, diversité, efforts sur l'hydrogène et la transition énergétique.	Visibilité publique limitée, davantage reconnu par les investisseurs que par l'opinion publique. Communication interne et dialogue social peu mis en lumière malgré la taille du groupe.
17	Olivier Blum SCHNEIDER ELECTRIC	8	6	8	9	9	7	8	7,9	Gouvernance solide avec nomination stratégique légitime après un long parcours interne. Excellents résultats financiers en 2024 : croissance, rentabilité, RSE et diversité renforcées grâce à une stratégie alignée sur les megatrends (AI, électricité). Leadership reconnu sur le front de la durabilité (récompenses mondiales ESG, engagement Net-Zero).	Quelques failles éthiques persistantes liées à des sanctions antitrust historiques et à une portion renforcée controversée dans un projet pétrolier. Climat social non encore éclairci publiquement, bien que sa sensibilité RH soit un atout.
18	Pierre Anjolras VINCI	7	8	9	7	9	7	8	7,9	Gouvernance structurée : succession interne fluide avec cohésion du groupe. Excellents résultats financiers en croissance et rentabilité, avec une trajectoire positive début 2025. Crédibilité solide dans le secteur, associée à un leadership terrain reconnu. Leadership discret mais résilient, bien ancré dans le modèle d'entreprise.	RSE et impact social peu visibles ou formalisés dans les communications publiques. Manque de visibilité externe : communication peu exposée au grand public ou médias grand public. Données internes limitées sur la gestion RH ou les tensions possibles.
19	Francesco Milleri ESSILORLUXOTTICA	7	7	9	8	9	7	8	7,9	Leadership visionnaire et gouvernance structurée, avec une feuille de route technologique ambitieuse. Excellente performance financière : croissance durable, marge solide, free cash flow record. Réputation mondiale bien établie, notamment sur les innovations smart eyewear et med-tech. Engagement ESG concret et programme de santé visuelle à l'échelle mondiale via la Fondation.	Critiques sur la gouvernance duale CEO + président et des rémunérations jugées élevées par des agences de conseil aux investisseurs. Faible visibilité sur la gestion quotidienne des risques liés au climat social interne. Présence médiatique limitée hors des cercles professionnels et institutionnels.
20	Adel Al-Saleh SES S.A.	7	8	9	8	8	6,1	8	7,7	Gouvernance forte et vision stratégique : notamment démontrée par le pilotage réussi de l'acquisition historique d'Intelsat. Performance opérationnelle solide : résultats supérieurs aux attentes, pipeline significatif, position renforcée sur les marchés gouvernementaux. Crédibilité et intégrité bien perçues, dans un secteur technique et exigeant. Engagement sociétal marqué : IRIIS*, défense, connectivité stratégique renforcée.	Visibilité interne limitée : peu d'éléments sur le leadership RH ou la dynamique d'équipe. Communication publique modeste : davantage centré sur le discours stratégique que sur une présence médiatique personnelle.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
21	Benjamin Smith AIR FRANCE-KLM	7	8	8	7	9	8	7	7,7	Leadership solide et bonne gestion des crises ayant conduit à des résultats financiers positifs. Réputation respectable auprès des investisseurs et partenaires, ainsi que bonne gestion des relations sociales au sein de l'entreprise. Engagement dans des initiatives écologiques et sociales, bien qu'il y ait encore du travail à faire.	Son manque de charisme et de vision audacieuse le rendent moins médiatique que d'autres grands dirigeants du secteur. Bien qu'il soit respecté pour son intégrité, son approche modérée pourrait être perçue comme manquant de leadership visionnaire et dynamique.
22	Axel Dumas HERMÈS INTERNATIONAL	7	8	8	7	9	7	8	7,7	Vision stratégique forte, claire et à long terme, avec une croissance mesurée et maîtrisée tout en préservant l'identité héritée. Performance financière exceptionnelle en 2024, avec une excellente rentabilité et une valorisation boursière croissante. Crédibilité et éthique irréprochables, avec des engagements CSR, des pratiques de rémunération responsables, et une gouvernance bien structurée.	Visibilité externe limitée : personnalité peu médiatique, communication peu orientée vers le grand public. Initiatives sociétales encore modestes au-delà de la Fondation et de la filière luxe. Dialogue social interne peu documenté publiquement, même si une politique de récompense et de mixité est présente.
23	Jean-François & Jean-Charles Decaux JCDECAUX	7	6,5	8,5	8	8,5	6,5	9	7,7	Gouvernance solide et cohérente, incarnée par un duo familial aux rôles clairement définis. Excellente performance financière récente, reflet d'une stratégie efficace. Reconnaissance lauréate de prix prestigieux (Institutional Investor, Extel), atteste d'une réputation forte. Engagement réel en faveur de l'innovation urbaine et de la durabilité (panneaux solaires, Vélib', mobilier écologique).	L'affaire du yacht via une filiale maltaise (Malta Files) jette une ombre sur l'image d'éthique, même si indirecte. Peu d'informations publiques sur les relations internes avec les employés ; la dimension humaine reste floue. Communication principalement sectorielle et professionnelle, sans véritable ancrage grand public ou charisme médiatique étendu.
24	Charles Amyot ESSO S.A.F.	8	8	8	8	8	6	8	7,7	Gouvernance structurée, avec un dirigeant à la fois stratégique et opérationnel. Transformation industrielle active, progressive et cohérente avec les enjeux de la transition énergétique. Communication transparente, crédible et tournée vers l'avenir. Engagement fort en matière de biocarburants, élargissant le rôle d'Esso dans la transition énergétique.	Peu d'éléments publics relatifs à la politique sociale interne ou au climat de travail. Bien que solide, la stratégie reste exposée aux fluctuations des prix du pétrole et à l'acceptabilité des projets industriels.
25	Michael Grosse SARTORIUS STEDIM BIOTECH	7	8	9	8	8	6	8	7,7	Transition bien orchestrée : nomination planifiée pour assurer continuité et stabilité. Gouvernance exemplaire, vision stratégique alimentée par une riche expérience internationale. Maintien de la performance même en environnement difficile, avec base solide pour l'avenir. Forte orientation RSE et leadership engagé dans une stratégie durable et innovante.	Faible visibilité publique et médiatique, style discret. Peu d'éléments disponibles sur la qualité du leadership interne et la gestion des équipes.
26	Bernard Charlès DASSAULT SYSTÈMES	7	8	9	7	9	6	8	7,7	Vision stratégique exceptionnelle : pionnier du jeu numérique, PLM, et plateforme 3DEXPERIENCE. Performance financière remarquable avec des objectifs ambitieux (doublement du bénéfice par action d'ici à 2028). Crédibilité internationale, leader industriel reconnu, multiples distinctions (HBR, CEO monde). Gouvernance éthique, innovation durable et position forte sur les enjeux ESG.	Moins de visibilité grand public ou charisme émotionnel ; style plutôt technique et corporatiste. Peu d'informations visibles sur le management interne ou la politique sociale RH dans les publications. Impact sociétal plutôt technologique et durable, moins centré sur des initiatives sociales ou communautaires à forte résonance publique.
27	Daniel Derichebourg ELIO GROUP	7	8	9	7	9	6	8	7,7	Gouvernance solide et vision stratégique portée sur le long terme. Résilience économique remarquable malgré un contexte difficile. Engagement clair dans la durabilité et la transition écologique. Transparent vis-à-vis des actionnaires, soutien aux initiatives responsables.	Image personnelle très discrète, peu charismatique ou engagée publiquement. Informations limitées sur la gestion humaine et le climat social interne. Le résultat net en baisse (2023-2024) reste un point à surveiller sur le moyen terme.
28	Éric Trappier DASSAULT AVIATION	7	8	9	7	9	6	8	7,7	Vision stratégique longue portée, leadership salué et récompensé (Stratège de l'année 2024). Résultats financiers solides et un carnet de commandes exceptionnel, malgré les crises de chaîne d'approvisionnement. Haute crédibilité institutionnelle et rôle central dans les instances européennes de l'industrie de défense. Gouvernance éthique proactive, dispositifs anticorruption robustes, et efforts réels en matière de responsabilité sociale.	Communication parfois perçue comme tranchée ou polémique en contexte politique, ce qui peut fragiliser son image auprès de certains partenaires. Dimensions interne et RH peu visibles ou valorisées dans la communication publique. Impact sociétal moins marqué comparé à certains groupes davantage investis dans des causes sociales ou environnementales à forte résonance publique.
29	Antonio Filosa STELLANTIS	8	7	9	7	6	8	8	7,6	Leadership solide et légitime, issu d'un parcours interne cohérent, garantissant une transition apaisée. Style de management humaniste, accessible et collaboratif, apprécié par les équipes et les partenaires. Position stratégique claire, notamment vis-à-vis des marchés américains, avec annonces concrètes pour impulser un redressement. Construction d'une nouvelle équipe dirigeante, renforçant l'agilité et la réactivité du groupe.	Résultats financiers fortement impactés sur le premier semestre 2025, la cible de redressement reste fragile. Communication publique limitée, peu d'exposition médiatique personnelle pour porter la vision du groupe. Impact sociétal encore peu structuré, au-delà des réponses tactiques aux défis immédiats.
30	Benoît Coquart LEGRAND	7	8	8	8	8	7	7	7,6	Vision stratégique cohérente, balisée par une diversification dans les datacenters et les objets connectés à finalité sociale, alignée sur une feuille de route RSE ambitieuse. Performance financière robuste, avec marges élevées, génération de cash solide et progression structurée du chiffre d'affaires malgré un marché du bâtiment globalement tendu. Engagement sociétal et environnemental concret, avec des résultats RSE mesurés (-53 % CO ₂ , mixité, autonomie du logement) et une innovation Tech-for-Good centrée utilisateur et durabilité.	Visibilité publique limitée, communication très professionnelle mais peu tournée vers le grand public. Dialogue social interne peu documenté, malgré des bons indicateurs d'engagement collectif, peu d'informations sur la gestion des tensions ou des contestations. Dépendance au marché du bâtiment, qui reste sous pression ; les acquisitions datacenter atténuent mais n'éliminent pas le risque sectoriel.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
31	Arnaud Pieton TECHNIP ENERGIES	7	7	8	9	8	7	7	7,6	Vision stratégique claire dans la structuration de la scission TechnipFMC puis dans le positionnement de Technip Energies sur les marchés de la transition énergétique (hydrogène, CO ₂ , GNL). Performance opérationnelle robuste en 2024, avec carnets de commandes solides et respect des objectifs de marge. Engagement ESG ambitieux : adhésion et renforcement d'Act4Nature, initiatives biodiversité, outils internes, et projets de captage carbone.	Visibilité publique limitée en dehors des cercles industriels et financiers. Peu d'éléments disponibles sur le dialogue social interne, bien qu'aucun conflit public majeur n'ait émergé. Bilan financier solide mais sensible aux cycles du gaz et aux impacts géopolitiques (Russie).
32	Bertrand Dumazy EDENRED	7	8	8	7	9	6	8	7,6	Vision stratégique claire et exécutée : digitalisation réussie, diversification des activités, expansion mondiale. Performance financière solide avec une croissance forte du chiffre d'affaires, du résultat d'exploitation et du résultat net. Réputation positive dans le secteur : récompenses, leadership reconnu, entrée au CAC 40. Gouvernance rigoureuse et transparente, intégration de critères RSE dans la rémunération, notation financière favorable.	Faible visibilité médiatique grand public ; communication globale sobre et peu émotionnelle. Peu d'informations disponibles publiquement sur les politiques RH internes ou les relations sociales. Impact sociétal centré surtout sur les bénéfices aux salariés, avec moins d'engagements visibles dans des initiatives sociales plus larges.
33	Nicolas Hieronimus L'ORÉAL	7	7	8	8	9	6	8	7,6	Vision stratégique claire et mobilisatrice, fondée sur « l'essentiel de la beauté » et tournée vers l'innovation et la diversité des marques. Résultats financiers robustes, croissance solide et rentabilité record dans un contexte global incertain. Engagement éthique et environnemental structuré : réduction carbone, statut social des employés, forte reconnaissance ESG.	Communication centrée sur les investisseurs, style peu consensuel grand public. Impact social interne et dialogue salarié insuffisamment documentés. Risque éthique latent lié à l'origine des matières premières (cas du jasmin en Egypte).
34	Christophe Douat MEDNCELL	7	8	9	7	9	5	8	7,6	Vision stratégique forte et leadership durable. Performances financières solides avec une croissance marquante. Forte crédibilité auprès des investisseurs et partenaires industriels. Produits à valeur ajoutée sociétale prometteuse, notamment pour les pathologies sévères.	Faible visibilité autour des initiatives environnementales ou sociales. Manque de données publiques sur les pratiques managériales internes. Style de communication efficace mais peu engageant pour le grand public.
35	Thierry Léger SCOR SE	7	8	8,5	7	7,5	6,5	8	7,5	Vision stratégique solide et gouvernance structurée soutenue par une solide expérience sectorielle. Amélioration notable des résultats financiers au T4 2024 et T1 2025, tenant compte de la résilience de SCOR. Réputation valorisée par les analystes et auteur d'un leadership considéré crédible et éthique.	Performance à consolider compte tenu des pertes récentes dans le secteur Vie & Santé. Visibilité publique limitée ; communication plutôt technique que grand public. Peu de données disponibles sur l'engagement social, RSE ou management interne.
36	Patrice Caine THALES	8	5	9	9	8	7	6	7,4	Vision stratégique forte : transformation réussie d'un ancien Thomson-CSF en un poids lourd global dans la défense, la cybersécurité et les technologies critiques. Performance financière solide : croissance, marges stables, carnet de commandes solide. Engagement sociétal concret et ambitieux : innovation au service du climat, certifications RSE solides, stratégie alignée avec la souveraineté technologique européenne. Communication cohérente et argumentée, particulièrement dans les industries high-tech et institutionnelles.	Affaires de corruption historiques entachant la crédibilité du groupe, même si Patrice Caine n'est pas personnellement mis en cause. Transparence questionnée dans la gestion des litiges internationaux, affectant l'éthique perçue. Dialogue social peu visible publiquement, malgré une gouvernance solide.
37	Florent Menegaux MICHELIN	7		8	8	8	7	7	7,4	Vision stratégique ambitieuse et durable à long terme, axée sur innovation et diversification. Résultats financiers solides malgré un environnement défavorable. Engagement social concret via des initiatives de rémunération, inclusion, formation et RSE. Gouvernance transparente et prise de position publique forte sur les enjeux industriels.	Communication orientée vers les cercles professionnels et investisseurs, manque de proximité grand public. Fermetures industrielles contestées malgré mesures d'accompagnement ; tensions internes notables. Dialogue social réel mais parfois conflictuel autour des restructurations.
38	Xavier Martiné ELIS	6	8	8	8	8	7	7	7,4	Leadership solide avec une gouvernance structurée et une stratégie intégrée autour du modèle circulaire. Performance opérationnelle et financière stable et rentable, en cohérence avec l'engagement environnemental. Gouvernance éthique reconnue par des agences de notation et absence de scandales. Impact sociétal important via des actions climatiques, une économie circulaire et un soutien aux communautés locales.	Faible visibilité publique, peu de charisme médiatique ou grand-public. Aspects internes (dialogue social, gestion quotidienne des employés) peu documentés dans la communication externe. Communication focalisée sur les projets et la stratégie, avec peu de dimension narrative ou émotionnelle.
39	Ben Page IPSOS	8	6	8	7	8	7	8	7,4	Transition réussie vers un leadership global ; gouvernance claire post-fondateur. Solides performances financières : rentabilité, croissance, cash-flows, faibles dettes. Réputation personnelle et institutionnelle solide, forte présence médiatique. Bonne gestion RH, avec un sentiment d'appartenance élevé. Engagement structuré en matière d'ESG et d'impact sociétal.	L'entreprise porte encore le poids d'une condamnation passée (favoritisme), impactant légèrement la perception en matière d'éthique. Sa communication personnelle est active, mais certaines initiatives ESG pourraient être davantage mises en avant publiquement.
40	Thierry Le Hénaff ARKEMA	7	7	8	8	7	7	8	7,4	Vision stratégique réussie : transformation de la société en acteur majeur de la chimie de spécialité. Résultats financiers solides malgré contexte macro difficile, résilience démontrée. Politiques environnementales et sociétales ambitieuses, contribution notable à la transition durable. Communication cohérente, crédibilité industrielle et gouvernance rassurante.	Bénéfice net en retrait en 2024, liées aux coûts matières et contexte énergétique. Style personnel peu charismatique ou médiatique, limitant l'impact visuel auprès du grand public. Quelques zones d'ombre sur détails du climat social interne (mais pas de crises publiques).

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
41	Paul Hudson SANOFI	7	6	8	8	8	7	8	7,4	Vision stratégique claire et transformation du groupe depuis 2019, recentré sur l'innovation et la biopharma. Excellente performance financière récente, basée sur des lancements scientifiques forts et un pipeline robuste d'immunologie. Engagement sociétal concret via la stratégie AIR, les initiatives environnementales et l'utilisation de l'IA à grande échelle. Crédibilité reconnue dans l'industrie pharmaceutique, stratégie médiatisée et orientation scientifique affirmée.	Communication publique limitée : style perçu comme institutionnel, peu accessible. Quelques tensions éthiques autour de déclarations publiques ou choix stratégiques (distribution vaccinale, lourde restructuration). Dialogue social interne peu documenté publiquement malgré des initiatives internes innovantes.
42	Timoteo Di Maulo APERAM	8	7	8	8	8	6	7	7,4	Vision stratégique affirmée, avec une exécution solide du plan opérationnel et une expansion internationale concrète. Performance financière robuste, marquée par une forte génération de valeur, résilience dans un marché exigeant. Engagement ESG exemplaire, reconnu par des organismes internationaux, accompagnant une gouvernance responsable et durable.	Visibilité limitée en dehors des cercles professionnels, bien que très crédible sur le plan industriel. Dialogue social et politique RH peu documentés publiquement, malgré une expertise managériale. Position éthique conforme mais peu personnalisée, sans initiatives spécifiques médiatisées au-delà du cadre Aperam.
43	Aditya Mittal ARCELORMITTAL	7	8	8	8	8	6	7	7,4	Leadership solide et gouvernance bien pilotée lors de la transition. Résultats financiers en nette amélioration, croissance soutenue du chiffre d'affaires et des marges. Capacité à réaffirmer la crédibilité sur le plan financier et opérationnel. Positionnement européen affirmé, enjeu stratégique autour de la souveraineté numérique.	Visibilité médiatique limitée, image publique encore à construire. Faible transparence sur le management interne ou la culture d'entreprise. Impact sociétal essentiellement stratégique—à renforcer avec des initiatives concrètes (certifications, projets RSE visibles).
44	Aurélien Sonet PLUXEE	7	7	8	8	9	6	7	7,4	Transformation stratégique réussie : spin-off, LBO, digitalisation forte, inscription à la bourse. Excellents résultats financiers : croissance organique à deux chiffres et génération de cash+margin healthy, anticipation d'objectifs dépassés. Engagement sociétal concret : baisse des émissions, énergies renouvelables, action ESG structurée.	Visibilité sociale limitée : peu d'informations sur les pratiques internes ou le dialogue social en période de croissance. Profil médiatique modéré : reconnu dans les milieux financiers, mais peu connu du grand public. Communication plus pragmatique que narrative : efficace mais moins engageante sur le plan émotionnel.
45	Sébastien Bazin ACCOR	7	7	8	8	9	6	7	7,4	Une stratégie claire et une gouvernance robuste, marquées par des transformations réussies (refonte du modèle économique, accent sur le lifestyle, internationalisation ciblée). Des résultats financiers solides et une croissance notable en 2024, justifiant la confiance des actionnaires. Engagement sociétal affirmé via des objectifs RSE sérieux : neutralité carbone, inclusion, gestion responsable, tourisme durable.	Communication interne et climat social peu documentés publiquement, malgré l'ampleur des opérations du groupe. Une image personnelle peu médiatique, surtout reconnue dans les cercles professionnels. Style de communication efficace mais peu inspirant, davantage centré sur l'efficacité opérationnelle que sur l'émotion ou le storytelling.
46	Thierry Gadou VUSION GROUP	7	7	8	8	9	6	7	7,4	Vision claire et leadership avisé : transformation réussie du groupe, partenariat structuré et internationalisation accélérée. Croissance robuste : passage de 3 à 10 M€ à plus de 350 clients grands comptes, contrats stratégiques (ex : Walmart, Co-op), commandes en forte hausse. VusionGroup est désormais leader mondial du secteur. Impact positif affirmé : mission axée sur la durabilité du commerce physique, avec réduction du gaspillage, fluidification de l'expérience et technologie au service de l'humain.	Communication interne peu documentée : peu d'indicateurs publics sur le climat des équipes ou la gestion RH pendant la croissance rapide. Image grand public limitée : le dirigeant est peu visible au-delà des cercles institutionnels ou sectoriels. Style professionnel mais non inspirant : crédibilité solide mais peu de prise de parole inspirante ou narrative, plus technique que visionnaire.
47	Arthur Sadoun PUBLICIS GROUPE	8	5	9	7	9	6	8	7,4	Vision stratégique puissante et transformation institutionnelle bien conduite : Publicis devient leader mondial via IA, data et acquisitions. Performances financières remarquables en 2024 (+5,8 % croiss. organique, marge record, free cash), guidances rehaussées pour 2025. Réputation forte dans l'industrie, leadership crédible et reconnu internationalement.	Dossiers de conduite éthique critiqués (affaire discrimination, rôle dans crise des opiacés), entachant légèrement l'image du groupe. Dialogue social et conditions internes peu transparents ou médiatisés. Communication multicanale limitée hors cercles spécialisés, style très institutionnel.
48	Hinda Gharbi BUREAU VERITAS	7	8	8	7	8	6	8	7,4	Forte performance financière sous son leadership, avec croissance notable (+10 % CA, +13 % bénéfice net) et valorisation à l'entrée au CAC 40. Vision stratégique structurée via le plan "LEAP 128", et gouvernance renforcée avec engagement ESG visible (création d'un comité RSE). Image publique positive, brise les plafonds (1 ^{re} femme et africaine à diriger une entreprise du CAC 40), crédible et respectée.	L'impact sociétal, bien que promettre via la stratégie ESG, reste à concrétiser pleinement en termes d'actions visibles. Peu d'informations disponibles sur le management interne, la relation avec les collaborateurs et le climat social.
49	Cyril Malargé SOPRA STERIA GROUP	7	8	8	8	7	6,1	7,5	7,4	Leadership cohérent et vision stratégique affirmée, axée sur la souveraineté numérique européenne. Résilience opérationnelle : maintien des marges, flux de trésorerie et résultats nets malgré un secteur en contraction. Engagement RSE tangible, avec des progrès mesurables sur les émissions carbone et l'inclusion de l'IA. Intégrité et transparence exemplaires, avec gouvernance fiable et respect des normes.	Visibilité médiatique limitée, communications davantage internes et institutionnelles. Peu d'éléments sur le climat social ou les relations humaines, bien que des efforts de formation soient visibles, le contexte interpersonnel reste à documenter.
50	Nicolas Joly ICADE	7	8	7,5	8	6,5	7,5	7	7,4	Vision stratégique claire centrée sur la transition écologique et l'innovation. Réputation professionnelle solide, crédibilité dans le secteur. Impact sociétal positif via politiques RSE concrètes. Climat social interne et communication perçus comme inclusifs et constructifs.	Résultats financiers encore incertains car nomination récente et contexte immobilier tendu. Faible visibilité grand public, communication à développer pour renforcer l'image. Leadership encore en phase de consolidation, dépendant des résultats à moyen terme.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
51	Yann Leriche GETLINK	7	8	8	8	7	6	7	7,3	Gouvernance claire et vision stratégique affirmée depuis 2020. Excellents résultats financiers récents (2023). Réputation solide, gestion crédible (notamment en contexte Brexit). Engagement notable en matière environnementale (projet « Rencontres du Climat »). Image éthique et transparente, sans controverses majeures.	Information publique limitée concernant le dialogue social et les relations internes avec les employés. Style de communication sérieux mais relativement discret – peu d’expression médiatique personnelle ou grand public.
52	Philippe Guillemot VALLOUREC	7	8	8	7	8	6	7	7,3	Transformation stratégique réussie avec réduction massive de la dette et redressement financier rapide. Vision claire, soutenue par le conseil et les actionnaires (mandat reconduit). Communication cohérente et accessible. Orientation vers des produits à forte valeur ajoutée et contribution visible à la transition énergétique.	Résultats encore fragiles à court terme (baisse d’EBITDA, volumes en retrait). Climat social potentiellement tendu du fait des restructurations. Faible visibilité médiatique sur les initiatives sociétales ou RSE concrètes (diversité, inclusion, solidarité).
53	Guillaume Faury AIRBUS SE	7	7	8	8	8	6	7	7,3	Vision stratégique solide, engagée sur la décarbonation, l’innovation hydrogène et la consolidation européenne. Performance financière robuste, carnet de commandes exceptionnel, croissance soutenue. Réputation crédible dans les milieux financiers, industriels et médiatiques. Engagement sociétal notable : transition écologique, autonomie stratégique de l’Europe.	Relation avec les employés peu documentée publiquement : manque de visibilité sur le climat social interne. Style de communication plutôt institutionnel – pas de charisme « populaire », manque d’élan émotionnel direct ou storytelling inspirant.
54	Guy Sidos VICAT	7	7	8	8	8	6	7	7,3	Leadership affirmé avec une vision stratégique claire et une gouvernance modernisée. Résultats financiers robustes dans un contexte européen difficile, avec désendettement, forte génération de cash et résilience commerciale. Engagement sociétal tangible : progrès rapides vers la décarbonation, économie circulaire, et solutions bas carbone dans plusieurs régions.	Dialogue social peu documenté publiquement, avec des suppressions d’emplois sans visibilité sur l’accompagnement. Moins de visibilité médiatique ou grand public malgré un leadership industriel solide. Communication principalement institutionnelle et technique, plutôt que narrative ou inspirante.
55	Laurent Favre OPMOBILITY	7	7	8	8	8	6	7	7,3	Vision stratégique forte, marquée par diversification et mobilité durable. Excellents résultats financiers récents, maintien des perspectives et adaptation face aux défis (tarifs US, ralentissements). Engagement marqué dans l’écologie et les technologies d’avenir (hydrogène, électrification, innovations). Gouvernance structurée et crédible, absence de controverses majeures.	Communication centrée sur le fond plutôt que sur le style, peu empathique. Informations publiques limitées sur la politique RH ou le climat social.
56	Laurent Mignon WENDEL	7	7	8	8	8	6	7	7,3	Une stratégie clairvoyante et bien mise en œuvre : Laurent Mignon restructure Wendel en privilégiant la croissance de l’actif net réévalué et l’expansion vers la gestion d’actifs, avec des acquisitions majeures (Monroe Capital, IK Partners).  Santé financière robuste : résultats nets en forte progression, dividende augmenté, structure de dette conservatrice, notation BBB stable. Fort engagement ESG : présence dans les indices de durabilité les plus exigeants, feuille de route ESG formalisée, actions concrètes sur climat, gouvernance, parité.	Communication interne peu visible malgré la croissance rapide du groupe et son expansion stratégique. Profil public discret : crédibilité forte dans les milieux financiers mais peu reconnu du grand public. Style de leadership plus basé sur l’expertise et la rigueur que sur le charisme ou l’inspiration médiatique.
57	Thomas Buberl AXA	7	7	8	8	8	6	7	7,3	Vision stratégique solide, centrée sur l’innovation technologique, l’anticipation des risques climatiques et l’optimisation du modèle d’affaires. Performance financière robuste, croissance soutenue et fort retour actionnarial. Engagement fort sur les enjeux sociétaux et climatiques (décarbonation, inclusivité).	Image marquée par une acquisition critiquée (XL en 2018) et un épisode fiscal lessivé qui modère la perception de transparence. Communication plutôt distante, discret sur les enjeux sociaux internes, style peu expressif ou charismatique.
58	Christophe Kullmann COVIVIO	6	8	8	8	8	6	7	7,3	Vision stratégique claire et bien exécutée, fondée sur la diversification et l’amélioration continue des actifs. Excellents résultats financiers : croissance régulière des revenus et bénéfice net, avec perspectives relevées. Forte crédibilité dans les milieux financiers, qualité de gouvernance, communication transparente. Engagement environnemental et sociétal réel : leadership dans la transition bas-carbone, stratégie RSE structurée.	Visibilité limitée auprès du grand public ; communication essentiellement corporate et factuelle. Peu d’informations disponibles sur le climat social interne ou la gestion RH, ce qui limite l’évaluation de ce volet. Style personnel plutôt discret, moins charismatique que certains dirigeants plus exposés médiatiquement.
59	Sophie Zurquiyah VIRIDIEN	7	8	9	6	7	6	8	7,3	Leadership clair et vision stratégique affirmée, soutenus par une gouvernance renforcée. Résultats récents positifs marquant un redressement financier visible. Crédibilité solide, avec un parcours international et une confiance constante du conseil.	Impacts sociétaux et politiques internes insuffisamment documentés publiquement. Communication externe potentiellement peu visible, malgré une initiative notable sur le rebranding.
60	Christel Heydemann ORANGE	7	7	8	8	7	6	8	7,3	Vision stratégique cohérente et mobilisatrice, centrée sur la transformation durable (fibre, IA, inclusion). Résultats financiers solides et alignés sur le plan stratégique, avec un engagement sociétal fort (écologie, inclusion numérique, formation). Représentation crédible et engagée dans les débats publics sur l’avenir des télécommunications en Europe.	Mesures prises ont suscité des mécontentements internes à cause de la diminution des intéressements. Dialogue social peu visible publiquement, et tension perceptible entre performance et équité salariale. Communication professionnelle mais limitée vis-à-vis du grand public, style institutionnel affirmé sans proximité populaire.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
61	David Loew IPSEN	7	7	8	7	8	6	8	7,3	Vision stratégique cohérente et ambitieuse, appuyée sur l'innovation, les acquisitions ciblées et une culture interne orientée vers le patient. Résultats financiers solides et pipeline en croissance, avec approbations réglementaires et partenariats externes multiples en 2024. Crédibilité reconnue au niveau européen et international, en particulier via son rôle au sein de l'EFPIA et d'autres associations sectorielles. Engagement concret en matière de durabilité et gouvernance RSE, avec des objectifs environnementaux clairement atteints et mixité renforcée au sein de l'équipe dirigeante.	Visibilité interne limitée vers les salariés, peu d'éléments publics sur le dialogue social, la gestion des talents ou le bien-être au travail. Communication externe très institutionnelle, peu adaptée à un grand public ; style sobre mais peu charismatique. Impacts sociétaux au-delà du développement durable moins développés, notamment en ce qui concerne la diversité ou la participation communautaire.
62	Slawomir Krupa SOCIETE GENERALE	7	7	8	7	8	6	8	7,3	Transformation stratégique claire et cohérente avec le plan Forward 2026 ciblant rentabilité et solidité. Résultats financiers en forte amélioration : rebond rapide, objectifs réhaussés, action valorisée. Crédibilité européenne renforcée via la présidence de l'EBF et une vision de la souveraineté bancaire.	Pression sur les employés via restructurations, retour au bureau strict, dialogue social peu visible. Histoire opérationnelle encore marquée par des crises passées (Kerviel, Russie). Style de communication plus institutionnel qu'inspirant ou accessible au grand public.
63	Beñat Ortega GECINA	6	8	8	8	9	5	7	7,3	Leadership reconnu par le conseil, fort bagage stratégique et opérationnel. Excellente performance financière en 2024, avec croissance solide et valorisation accrue des actifs. Position affirmée sur la RSE, avec des résultats chiffrés remarquables (énergie, carbone). Gouvernance saine et transparente, sans controverses.	Visibilité médiatique limitée, principalement au sein des cercles professionnels. Manque d'informations publiques sur les relations sociales et la culture interne. Style de communication plutôt sobre et fonctionnel, sans marque personnelle charismatique.
64	Christophe Bavière EURAZEO	6	8	8	8	9	5	7	7,3	Leadership crédible et structurant, appuyé par une expérience solide en capital-investissement (Idinvest) et confirmé par la gouvernance du groupe. Performance financière remarquable : collecte, AUM en forte croissance, réalisations opérationnelles et résultats S1 2025 solides. Engagement ESG affirmé et positionnement durable reconnu. Gouvernance lisible, équilibrée, respectueuse des standards élevés.	Notoriété limitée en dehors des cercles professionnels et financiers. Peu d'informations publiques sur les relations sociales ou le climat interne. Style de communication sobre, sans charisme ou prise de parole publique marquée.
65	Jean-Claude Le Lan ARGAN	7	8	9	6	8	5	8	7,3	Leader visionnaire structurant une croissance pérenne, crédible auprès des professionnels, avec des résultats financiers solides et une gouvernance stable.	Visibilité médiatique limitée, faible présence RSE signalée, et manque de données sur le management social ou le climat interne.
66	François-Henri Pinault KERING	7	8	8	8	6	6	7	7,1	Leadership clair et transformation réussie de PPR vers Kering, avec une stratégie long terme forte. Pioneer mondial du luxe durable avec des engagements environnementaux structurés. Gouvernance et image éthique solides, reconnus dans les cercles financiers et institutionnels.	Baisse marquée de la performance opérationnelle et de la rentabilité, fortement tirée vers le bas par Gucci ces derniers trimestres. Visibilité dans la relation sociale et la vie interne trop limitée. Communication trop institutionnelle, peu adaptée au grand public.
67	Bruno Thivoyon GROUPE BENETEAU	7	8	8	7	7	6	7	7,1	Vision stratégique solide avec recentrage réussi, innovation produit forte et plan clair jusqu'en 2028. Excellente performance financière relative dans un contexte difficile, combinée à une démarche RSE engagée et structurée.	La performance sur le premier semestre 2025 est en recul notable (-27 % du CA), même si la trésorerie reste solide. Les informations publiques concernant la gestion des ressources humaines et le climat social sont encore limitées.
68	Rodolphe Belmer TF1	7	8	8	7	7	6	7	7,1	Rodolphe Belmer est un dirigeant visionnaire avec une solide expérience dans le secteur des médias. Son engagement envers la transformation numérique de TF1 est manifeste, et il a su lancer des initiatives telles que la plateforme TFI+, visant à moderniser le groupe.	Son style de management énergique a suscité des critiques, certains le qualifiant d'« agitateur ». Bien que sa vision stratégique soit claire, des tensions internes pourraient découler de son approche directe et analytique.
69	Aiman Ezzat CAPGEMINI	7	7	8	8	7	6	7	7,1	Gouvernance structurée avec vision stratégique clairvoyante, en particulier dans les domaines du cloud, de l'IA et de l'ingénierie post-Altran. Résilience financière, performance solide malgré un contexte macro défavorable, avec maintien des marges. Forte orientation ESG, avec initiatives concrètes en diversité, souveraineté technologique et engagements pour une finance durable.	Croissance modeste et prévisions prudentes en 2025, soulignant une vulnérabilité face à la conjoncture. Communication stratégique mais peu expressive ou inspirante pour le grand public. Visibilité limitée concernant le dialogue social et les conditions de travail internes.
70	Marie Cheval CARMILA	7	7	8	8	7	6	7	7,1	Parcours académique et professionnel exceptionnel, leadership structuré dans un secteur stratégique. Gouvernance claire, succession maîtrisée. Forte orientation RSE : neutralité carbone, énergie, santé, initiatives concrètes locales. Réputation saine, crédibilité établie, notamment via la présidence de la FACT.	Informations limitées sur la performance financière récente détaillée (2025 à venir). Peu de visibilité sur la relation interne avec les équipes ou la culture RH. Communication efficace mais peu charismatique ou médiatique.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
71	Jean-Marc Jestin KLEPIERRE	7	7	8	7	8	6	7	7,1	Stratégie confirmée et cohérente : recentrage réussi sur les grands centres urbains européens, acquisitions opportunistes. Excellente performance opérationnelle en 2024-2025 : croissance du cash-flow, ratio d'endettement maîtrisé, dividendes stables. Gouvernement d'entreprise solide, discipline financière, crédibilité ESG bien ancrée dans les classements.	Faible visibilité médiatique et grand public : communication très orientée vers les investisseurs et institutions. Peu d'éléments publics sur le dialogue social ou la gestion des équipes internes. Impact sociétal centré sur l'ESG indirect via les centres commerciaux, plutôt que sur l'engagement direct ou social.
72	Jean-Marie Tritant UNIBAIL-RODAMCO-WESTFI ELD	7	7	8	7	8	6	7	7,1	Une vision stratégique renouvelée : recentrer le groupe sur ses actifs stratégiques flagships et une gouvernance professionnalisée post-activisme. Performance opérationnelle solide : croissance des loyers, valorisation de portefeuille, désendettement et distribution accrue aux actionnaires. Plan ESG structuré et transparent : Better Places, inclusion dans plusieurs indices durables, projets de reconversion urbaine exemplaires.	Une réputation encadrée, soumise à la pression des actionnaires activistes, avec peu de marge d'erreurs opérationnelles. Dialogue social discret : quelques frictions visibles sur certains projets (Hamburg) mais sans suivi public de la gestion des tensions internes. Communication sobre et technique, peu tournée vers l'inspiration externe ou l'engagement direct avec le grand public.
73	Guillaume Texier REXEL	7	6	8	8	8	6	7	7,1	Vision stratégique solide et gouvernance renforcée : plans PowerUp 2025 et Axelerate 2028 bien déployés, avec objectifs ESG clairs. Résilience financière notable : malgré un environnement difficile, Rexel maintient un chiffre d'affaires stable, capte de la croissance digitale, améliore ses services, et génère du cash. Engagement sociétal marquant : digitalisation, automatisation, forte prise en compte des enjeux ESG et inclusion dans le leadership.	Image média limitée : reconnu dans les milieux financiers et industriels mais reste discret auprès du grand public. Enjeux éthiques latents : antécédents du groupe liés à la concurrence et à l'éthique, même si non imputables au dirigeant personnellement. Dialogue social peu mis en avant : malgré des transformations profondes, peu de communication sur l'impact interne et humain.
74	Benoît de Ruffray EIFFAGE	6	8	8	7	8	6	7	7,1	Vision stratégique mature et internationale : diversification des métiers, renforcement des concessions et activités énergie en Europe. Bonne performance financière : croissance du chiffre d'affaires, carnet de commandes robuste, redressement post-pandémie confirmé. Réputation solide dans le secteur, gouvernance éthique et transparence de gestion. Engagement tangible en faveur des énergies renouvelables et de la transition bas-carbone.	Communication personnelle peu visible hors cercle professionnel, ce qui réduit son impact grand public. Faible visibilité sur les politiques sociales internes, le climat de travail ou la politique RH. Impact sociétal principalement environnemental, avec peu d'initiatives sociales à grande échelle mises en avant.
75	Antoine de Saint-Affrique DANONE	6	7	8	8	8	6	7	7,1	Vision stratégique claire et exécutée via Renew Danone, recentrage du portefeuille, gestion rigoureuse. Résultats financiers solides et récurrents avec croissance volume-prix, retour à la rentabilité. Engagement fort et concret en matière d'impact sociétal : emballages responsables, agriculture durable, alignement sur la mission santé. Gestion de crise stable et reprise de confiance chez les investisseurs ; gouvernance renouvelée.	Communication personnelle sobre, peu émotionnelle ou charismatique, limitant son influence grand public. Controverses passées et environnementales de Danone continuent de peser sur la crédibilité éthique du groupe, même hors de sa responsabilité directe. Faible visibilité sur la dimension RH interne et le management des collaborateurs.
76	David-Philippe Larramendy GROUPE M6	6	7	8	8	8	6	7	7,1	Vision stratégique claire et appropriation rapide de la direction du groupe. Transformation réussie vers le numérique avec le lancement de M6+, bonne performance de streaming. Gouvernance stable, crédibilité forte dans les sphères professionnelles. Engagement sociétal (diversité, environnement) en expansion.	Image personnelle peu charismatique et visibilité médiatique limitée. Informations publiques limitées sur le climat social et les pratiques RH. Communication efficace mais sobre, peu flamboyante.
77	Eric Hémard ID LOGISTICS	6	7	8	7	9	6	7	7,1	Vision entrepreneuriale forte et stratégique : création, introduction en Bourse, expansion mondiale par croissance organique et acquisitions. Excellente performance financière en 2024 et désendettement marqué, démontrant rigueur et discipline. Engagement RSE structuré avec objectifs clairs, déployés sur plusieurs axes opérationnels. Gouvernance solide sans scandale, maintien d'un contrôle familial responsable.	Faible notoriété publique et communication limitée hors sphères professionnelles. Informations limitées sur les conditions de travail internes et le dialogue social, malgré quelques critiques médiatisées. Style de management peu transparent et peu orienté vers la relation humaine visible.
78	Bernard Arnault LVMH	7	6	9	7	8	5	8	7,1	Vision stratégique et leadership exceptionnels : transformation de LVMH en leader mondial du luxe, acquisition de marques emblématiques, héritage familial structuré. Performance financière solide malgré les incertitudes : bonne résistance en 2025, marges élevées, cash flow robuste. Crédibilité et influence globales : reconnu pour son rôle culturel et son engagement dans l'artisanat et le patrimoine.	Transparence entachée par plusieurs controverses éthiques, notamment sur des pratiques d'espionnage, d'optimisation fiscale ou sur les conditions de production en sous-traitance. Visibilité sociale interne limitée, dialogue avec les employés peu développé publiquement. Style de communication institutionnel, qui reste peu accessible au grand public.
79	Olivier Roussat BOUYGUES	7	6	8	7	8	7	6	7,0	Gestion structurée et vision stratégique solide sur plusieurs secteurs. Résultats globalement bons, avec un Roca en hausse et un carnet de commandes robuste. Forte culture de promotion interne, confiance et délégation managériale. Engagement concret sur le plan sociétal, notamment en formation et diversité.	Image personnelle relativement discrète, peu charismatique. Controverses liées aux activités du groupe persistent à son niveau. Immobilier en difficulté, certains enjeux éthiques soulevés par des opérations passées du groupe.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
81	Xavier Durand COFACE	6	7	8	6	8	7	7	7,0	Leadership solide avec une vision stratégique bien structurée, appuyée par deux plans transformationnels ("Fit to Win", "Build to Lead"). Performance financière robuste sur plusieurs années : rentabilité élevée, ratio combiné maîtrisé, croissance malgré contexte économique incertain. Réputation positive auprès des investisseurs et secteur de l'assurance, image crédible et sérieuse. Culture interne valorisée, modernisation des outils, recours massif à la data et à l'innovation technologique.	Impact sociétal (RSE, environnement, diversité) peu mis en avant : initiatives existantes mais communication limitée. Communication publique modérée : leadership efficace mais peu charismatique ou largement visible pour un public plus large. Relation employé bien traitée via culture et recrutement, mais peu de détail sur la gestion des critiques ou tensions sociales s'il y en a.
82	Franck Marilly REMY COINTREAU	7	7	8	6	6	7	8	7,0	Leadership solide ancré dans une expertise de longue date dans le luxe international. Début de redressement tangible des ventes dès le premier trimestre de son mandat. Réputation et crédibilité fortes, soutenues par le conseil d'administration et les médias.	Résultats financiers récents restent encore en tension, impactés par une conjoncture défavorable et des objectifs revus à la baisse. Impact sociétal et rapport RSE pas encore clairement mis en avant. Communication orientée corporate ; personnalité encore émergente dans l'espace public.
83	Christophe Périllat VALEO	7	8	8	6	7	6	7	7,0	Une gouvernance bien organisée, succession soigneusement planifiée. Résultats financiers encourageants malgré un environnement difficile : amélioration des marges, flux de trésorerie et maîtrise des coûts. Communication claire et crédible sur les enjeux majeurs (tarifs, transformations industrielles). Soutien fort des organes de gouvernance et des actionnaires (reconduction de mandat).	Contexte de baisse des ventes malgré les efforts de redressement. Impact social négatif lié aux suppressions d'emplois et fermetures de sites. Faible visibilité sur des initiatives sociétales ou RSE au-delà de la stratégie environnementale traditionnelle.
84	Gilles Martin EUROFINS SCIENTIFIC	6	6	9	7	8	6	7	7,0	Vision entrepreneuriale puissante et expansion mondiale maîtrisée. Résultats financiers solides avec croissance rentable et génération de cash flow. Gouvernance renforcée via comités ESG et audits indépendants. Engagement structuré en faveur de l'environnement et de la diversité (programme EDE).	Rapport du fonds Muddy Waters a exposé des inquiétudes sur la transparence et la gouvernance, même si l'entreprise conteste fermement ces affirmations. Faible visibilité sur les pratiques RH quotidiennes et le dialogue social interne. Style de communication réservé, peu orienté vers une prise de parole publique à large portée.
85	Alexandre Ricard PERNOD RICARD	7	6	8	7	7	6	8	7,0	Vision stratégique claire : premiumisation, transformation digitale, diversification géographique. Résilience financière en 2024 malgré un contexte mondial difficile. Engagement culturel concret via la Fondation Pernod Ricard. Réputation solide dans l'industrie des vins et spiritueux, incarnant l'équilibre actionariat familial et performance.	Défis éthiques notables : plusieurs dossiers (Inde, antitrust, pressions internes) entachent partiellement l'intégrité perçue. Dialogue social peu visible, avec des tensions signalées sans réponses publiques claires. Communication orientée B2B / institutionnelle, peu identifiée par le grand public.
86	Michel Freiche TRIGANO	7	7	8	6	9	5	7	7,0	Pilotage stratégique solide : croissance soutenue, diversification et intégration réussie (Bio Habitat). Performance financière remarquable avec succès commercial manifeste. Leadership crédible dans son secteur, lié aux salons et à la stratégie claire.	Faible visibilité médiatique au grand public. Absence de visibilité sur les initiatives RSE et sur la relation avec les équipes. Impact sociétal peu affirmé, surtout au niveau environnemental ou social.
87	William Kadouch-Chassaing EURAZEO	6	8	8	7	8	5	7	7,0	Gouvernance bien structurée, avec une rotation claire des rôles à la tête du directoire. Parcours solide en finance, stratégie et gestion d'actifs, renforçant sa légitimité dans le rôle. Groupe en croissance, notamment dans la gestion pour compte de tiers et les fonds à impact. Gouvernance exigeante et conforme, sans controverses ni fious.	Visibilité publique limitée : sa réputation est forte dans les milieux professionnels, mais faible auprès du grand public. Information publique limitée sur le management interne et le climat social. Communication sobre, avec peu de dimension personnelle ou inspirante.
88	Philippe Bénacín INTERPARFUMS	7	6	8	7	8	5	8	7,0	Vision stratégique forte : croissance maîtrisée par licences sélectives, innovation produit et diversification. Performance financière solide, avec une rentabilité stable et une capitalisation boursière significative. Réputation industrielle cohérente et crédible, soutenue par des distinctions et une longévité dans le leadership.	Éthique interne questionnée par une condamnation pour bore-out qui révèle des tensions non assumées publiquement. Communication externe limitée, personnalité peu visible hors des cercles du luxe. Peu de transparence sur la gestion RH et la relation sociale dans l'entreprise malgré des initiatives éco-responsables structurant le modèle.
89	Patrick Pouyanné TOTALENERGIES	7	5	8	7	9	6	6	6,9	Stratégie claire et cohérente, alliances multiples entre hydrocarbures et renouvelables, performance financière solide même dans la difficulté. Fort ancrage dans les débats énergétiques, comptabilisé comme leader français de la transition. Capacité à maintenir confiance actionariale et stabilité du groupe malgré volatilité.	Multiples controverses portant sur l'éthique, les conflits d'intérêts et le greenwashing, entachant la crédibilité. Dialogue social faible ou protégé ; culture interne perçue comme tournée prioritairement vers la finance. Communication parfois défensive, jugée peu inspirante pour les publics écologiques ou sociaux.
90	Arnaud de Puyfontaine VIVENDI	7	6	8	7	7	6	7	6,9	Capacité à piloter une transformation radicale du groupe, notamment la scission en quatre entités autonomes, avec un calendrier respecté. Maintien de performances financières stables dans un contexte de réorganisation majeure : amélioration de l'EBITA, cash flow positif, réduction des coûts. Vie de holding clarifiée avec un portefeuille d'actifs valorisé et diversifié, notamment via Universal Music Group, Banijay, Lagardère...	Chiffre d'affaires en baisse et résultat net fortement impacté par la déconsolidation, même si ajusté le résultat reste positif mais faible. Communication interne et climat social peu documentés malgré une période de réorganisation stratégique. Profil public sobre, peu inspirant pour un grand public en dehors des cercles financiers.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
91	Jean-François Fallacher EUTELSAT	6	7	8	8	7	5	7	6,9	Forte gouvernance et vision stratégique, avec une expérience solide pour guider Eutelsat dans le virage LEO et géopolitique. Résultats conformes au plan, avec une croissance impressionnante du segment LEO (84 %), soutien public (1,5 Md€). Impact sociétal notable via durabilité spatiale, 5G satellitaire, connexion en zones isolées et missions humanitaires.	L'optimisation des marges reste un défi, avec une perte nette significative à redresser. Image personnelle encore à construire sur la scène publique et dans les médias. Pas de visibilité sur le style de management interne ou sur le climat social du groupe.
92	Benjamin Revcolevschi OVHCLLOUD	6	7	8	7	8	5	7	6,9	Leadership solide et gouvernance bien pilotée lors de la transition. Résultats financiers en nette amélioration, croissance soutenue du chiffre d'affaires et des marges. Capacité à réaffirmer la crédibilité d'OVHcloud sur le plan financier et opérationnel. Positionnement européen affirmé, enjeu stratégique autour de la souveraineté numérique.	Visibilité médiatique limitée, image publique encore à construire. Faible transparence sur le management interne ou la culture d'entreprise. Impact sociétal essentiellement stratégique—à renforcer avec des initiatives concrètes (certifications, projets RSE visibles).
93	François Provost RENAULT GROUP	7	7	8	6	5,5	6,1	7,5	6,7	Nomination stratégique qui garantit la continuité des plans "Renaulution" et la transition vers "Futurama". Parcours interne exceptionnel, riche en expériences internationales et partenariats. Image de dirigeant responsable, discret, rigoureux et pertinent dans un contexte industriel complexe.	Contexte de nomination très délicat avec des résultats financiers au plus bas à redresser rapidement. Visibilité médiatique et empreinte personnelle encore limitées. Peu d'éléments concrets sur son engagement sociétal ou la modernisation du management interne.
94	Philippe Kehren SOLVAY	6	7	8	7	7	6	6	6,7	Vision solide et gouvernance structurée après la scission, garantissant direction et stabilité. Excellente maîtrise de la performance financière malgré un environnement dur (efficacité, cash, économies). Engagement stratégique fort : relance de la production de terres rares en Europe pour l'indépendance industrielle. Intégrité et transparence évidentes dans la gouvernance et les grandes décisions.	Image publique encore peu marquée, manque de charisme ou visibilité médiatique forte. Quelques tensions sociales (fermetures de sites), avec un climat interne potentiellement affecté. Communication sobre, technique, manquant d'impact émotionnel ou mobilisateur.
95	Martin Fischer FORVIA	6	8	7	7	6	6	7	6,7	Bonne maîtrise du secteur automobile et des enjeux stratégiques (transition énergétique, innovation). Crédibilité professionnelle solide, sans controverse. Forvia dispose d'un agenda ESG structuré et aligné sur les tendances du marché.	Résultats financiers encore fragiles, dette élevée et marges sous pression. Faible charisme et notoriété publique, communication discrète. Relation sociale perfectible dans un contexte de restructuration et d'intégration post-fusion.
96	Vincent Ravat MERCIALYS	6	8	7	7	8	5	6	6,7	Gouvernance solide et reconnue, avec une intégration forte de la RSE. Résultats financiers performants et stratégie active d'acquisitions. Bonne image auprès des investisseurs et absence de controverses.	Faible notoriété publique, limité surtout au cercle professionnel. Peu de transparence disponible sur le climat social et le management interne. Style de communication perçu comme institutionnel, manquant d'impact personnel.
97	Alexandre Bompard CARREFOUR	6	6	8	8	7	5	7	6,7	Vision stratégique claire : transformation numérique, transition alimentaire, recentrage sur les enseignes stratégiques. Impacts sociétaux concrets : lutte contre le gaspillage, développement durable, partenariats locaux. Gouvernance proactive et décisions structurantes : fermetures, externalisations, cession d'actifs déficitaires.	Résultats financiers sous pression malgré une légère reprise, faibles marges et volatilité du profit. Polémiques sur la rémunération élevée et critiques syndicales sur la stratégie sociale. Communication parfois maladroite à l'international et présence médiatique discrète, sans charisme marquant.
98	Jean-Laurent Bonnafé BNP PARIBAS	6	5	8	8	8	5	7	6,7	Une gouvernance structurée avec vision stratégique claire, fondée sur robustesse et intégration des activités CIB/retail. Résultats financiers solides et résilients, confirmés par des performances supérieures aux attentes et des indicateurs de saine gestion (CET1, rentabilité). Engagement sociétal affirmé : leadership dans la finance durable, inclusion sociale et égalité femmes-hommes.	L'affaire des sanctions américaines de 2014 ainsi que des problèmes internes de conformité ont entaché l'image d'intégrité. Tensions sociales visibles liées aux plans de réduction des effectifs ; dialogue social et conditions de travail peu valorisés publiquement. Communication personnelle sobre et discrète, manque de charisme ou d'accessibilité émotionnelle.
99	Stanislas de Gramont SEB	6	7	8	6	7	6	6	6,6	Gouvernance structurée, avec un leadership clarifié via la dissociation des rôles. Croissance commerciale solide (+5 % en CA), avec relance sur le marché chinois. Dirigeant réfléchi, honnête et reconnu par le conseil. Engagements en matière de durabilité (recyclage), bien que collectifs.	Faible visibilité médiatique ou charismatique personnelle. Initiatives sociétales encore peu marquées comme signature individuelle. Climat social non documenté ; quelques choix stratégiques pourraient générer des résistances. Communication fonctionnelle, mais manque de vision inspirante.
100	Patrice Lucas VERALLIA	5	7	8	8	7	5	5	6,4	Prise de fonction structurée et adaptée à une gouvernance moderne. Performance financière résiliente dans un marché compliqué. Engagement fort en matière de RSE et transition écologique, avec des initiatives concrètes. Maintien d'une gouvernance propre et d'une réputation stable dans le secteur.	Faible notoriété grand public malgré une présence professionnelle crédible. Peu d'informations publiques sur la gestion interne de la culture d'entreprise ou les relations sociales. Communication plutôt sobre et institutionnelle, sans marque personnelle forte.

	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
101	Thomas Lingelbach VALNEVA SE	6	6	7	8	7	5	6	6,4	Relance réussie de l'entreprise : retour à l'équilibre financier avec réduction de la perte et croissance des ventes. Gestion stratégique orientée innovation : pipeline riche (IXCHIQ [®] , Lyme, Shigella, Zika) et partenariats solides (Pfizer, CEPI, LimmaTech). Impact sociétal concret : premier vaccin mondial contre la chikungunya, avancées sur des maladies négligées, partenariat d'accès dans les pays à revenu faible.	Leadership encore perçu comme modeste : visibilité limitée hors cercles spécialisés. Dialogue social peu visible, opérations de réduction d'effectifs antérieures soulèvent des questions sur le climat interne. Communication fonctionnelle plutôt que fédératrice : manque de charisme public ou de posture inspirante dans la biotech.
102	Daniel Derichebourg DERICHEBOURG	5	7	8	7	7	5	6	6,4	Gouvernance solide et vision stratégique portée sur le long terme. Résilience économique remarquable malgré un contexte difficile. Engagement clair dans la durabilité et la transition écologique. Transparent vis-à-vis des actionnaires, soutien aux initiatives responsables.	Image personnelle très discrète, peu charismatique ou engagée publiquement. Informations limitées sur la gestion humaine et le climat social interne. Le résultat net en baisse (2023-2024) reste un point à surveiller sur le moyen terme.
103	Philippe Pascal GROUPE ADP	5	7	8	7	7	5	6	6,4	Nomination solide, fondée sur un parcours interne maîtrisé et une expertise technique. Vision claire pour un renouvellement infrastructurel, écologique et stratégique en Île-de-France. Respect des procédures de gouvernance et absence de controverses.	Faible visibilité auprès du grand public, malgré une crédibilité solide chez les professionnels. Manque d'informations publiques concernant le climat social et le management interne. Communication plutôt technique et institutionnelle, sans marque personnelle forte ni charisme médiatique.
104	Philippe Berterottière GTT	6	6	7	6	8	5	7	6,4	Vision stratégique durable : Bourse, diversification, positionnement de GTT dans le GNL comme carburant de transition. Résultats financiers très solides : forte croissance des revenus, EBITDA en hausse et carnet de commandes bien fourni. Comité de filière pour la transition écologique, crédibilité dans le secteur industriel maritime.	Visibilité publique limitée, tant en réputation qu'en communication externe. Faible transparence sur les relations sociales internes et les politiques RH concrètes. Impact sociétal centré sur la filière GNL, mais peu d'initiatives d'engagement social ou diversifié au-delà du Comex.
105	Paulo Castellari ERAMET	5	7	8	7	6	5	7	6,4	Gouvernance modernisée et vision stratégique forte appuyée par un parcours international atypique. Maîtrise des opérations complexes et solide expérience de pilote. Transition ambitieuse vers les métaux pour la transition énergétique, avec des projets structurants (Argentine, innovation). Cadre éthique assumé, RSE intégrée dans la stratégie.	Résultats financiers récents dégradés, qui seront le défi principal à redresser. Visibilité interne et médiatique faible : son leadership doit encore se traduire en marque personnelle et mobilisation. Peu d'éléments publics sur le management des équipes et le climat interne.
106	Jean-Marc Chéry STMICROELECTRONICS	7	6	7	7	5	6	6	6,3	Vision stratégique technique forte (SiC, capacité de fabrication européenne, innovation), malgré un contexte de marché difficile. Communication transparente sur les cycles de marché, transparence opérationnelle avec les investisseurs. Engagement dans des projets à impact sociétal (R&D durable, économies circulaires).	Performance financière en forte chute en 2024-25, avec marge compressée et perte en Q2. Relations institutionnelles tendues (Italie) et critiques de gouvernance liées à des ventes d'actions. Dialogue social opaque suite aux annonces de suppressions d'emplois, aucune médiation de la relation avec les salariés.
107	Daniel Julien TELEPERFORMANCE	6	5	7	7	8	5	6	6,3	Un leadership historique et vision stratégique reconnus, avec expansion mondiale forte. Performances financières robustes : croissance effrénée, génération de cash importante, valorisation stable malgré l'environnement macro. Engagement dans les indices ESG et amélioration structurelle malgré certaines situations critiques.	La rémunération élevée et les pratiques sociales ont suscité des critiques éthiques et une baisse de crédibilité auprès de parties prenantes. Conditions de travail contestées dans plusieurs pays, avec retombées réputationnelles en Colombie et ailleurs. Une culture interne perçue comme intense, avec peu de dialogue social transparent et une communication peu inspirante pour le grand public.
108	Henri Poupart-Lafarge ALSTOM	6	7	7	6	6	5	6	6,1	A porté une stratégie de consolidation après le rachat de Bombardier, renforçant la présence mondiale d'Alstom. Capable de leadership industriel et stratégique, avec carnet de commandes solide. Sans scandales personnels récents, respect de la transparence dans la restructuration et la réduction de dette.	Résultats financiers contrastés, trésorerie difficile, performance opérationnelle jugée insuffisante par les marchés. Faible visibilité sur les conditions sociales internes et relations employés. Communication technique, peu incarnée ou inspirante ; manque de charisme grand public.
109	Olivier Gavalda CRÉDIT AGRICOLE S.A.	5	7	7	5	6	6	6	6,0	Continuité et connaissance approfondie du groupe après une carrière interne longue et diversifiée. Réputation de dirigeant prudent, fiable et bien perçu dans les instances du groupe. Parcours stable et sans confrontation notable, ce qui reflète une image d'intégrité. Démarrage dans un moment économique complexe, ce qui renforce le besoin d'une main experte prochaine.	Absence de réalisations propres visibles à ce stade, notamment en termes de résultats ou d'impact sociétal. Image publique et charisme limités – communication peu visible ou inspirante jusqu'à présent. Pas encore de marque personnelle suffisamment forte pour mobiliser ou inspirer au-delà des cercles internes. Climat social et relation avec les équipes encore trop peu documentés pour juger.
110	Simon Azoulay ALTEN	6	6	7	6	6	5	6	6,0	Fondateur dirigeant ayant assuré l'expansion internationale et la pérennité du groupe Alten. Performance solide en chiffres d'affaires et effectifs, avec une présence dans de nombreux pays. Gouvernance stable, famille installée, et engagement progressif sur la RSE / diversité au conseil d'administration.	Bénéfice net en retrait, valorisation boursière morose, engagement perçu peu dynamique. Gouvernance familiale pose quelques questions de transparence (conventions, liens capitalistiques). Peu de rayonnement médiatique, communication peu incarnée, manque de retentissement sociétal public.

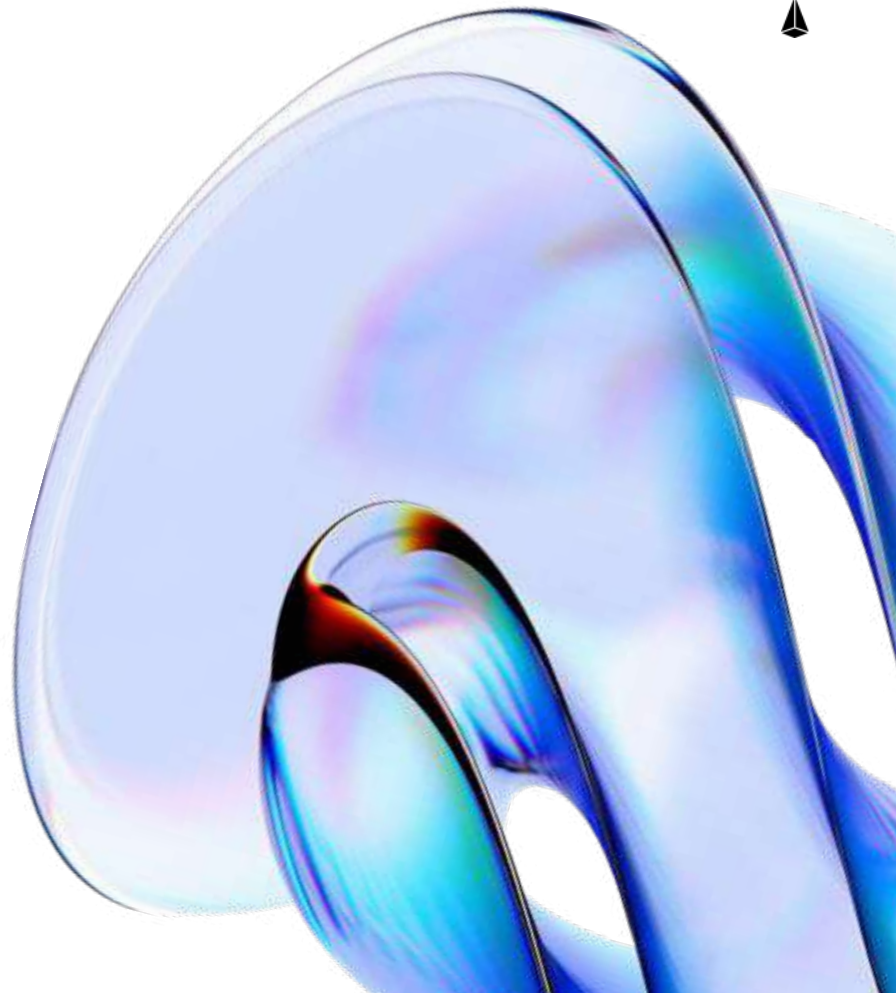
	Nom du dirigeant	Com.	Eth.	Gouv.	Imp. Soc.	Perf.	Rel.	Img.	Tot	Synthèse +	Synthèse -
	Moyenne SBF 120	6,7	7,1	8,1	7,3	7,6	6,1	7,1	7,1		
111	Gonzalve Bich BIC	5	7	7	6	6	5	6	6,0	A mené un plan stratégique structuré en rupture avec la gestion au jour le jour, visant à moderniser et redynamiser BIC. Redressement progressif de la croissance et amélioration des résultats après plusieurs années de stagnation. Engagement environnemental tangible avec des initiatives concrètes en matière de durabilité produit et packaging.	Communication personnelle limitée : peu de présence médiatique, style trop institutionnel, manque de charisme. Impact sociétal global encore modeste, peu centrée sur des dimensions sociales ou diversité. Faible visibilité sur les pratiques internes en matière de management et climat social, limitant la note sur la relation employés.
112	Véronique Bédague NEXITY	7	6	8	6	5	4	6	6,0	Une gouvernance stable et une figure structurante, reconnue pour son expertise. Capacité à mener une transition interne difficile dans un contexte de crise. Reprise de mandats malgré un contexte éprouvant, symbole de confiance institutionnelle.	Résultats financiers très dégradés en 2024, avec une forte perte de confiance des marchés. Climat social nettement tendu, avec des suppressions massives d'emplois et critiques internes. Impact sociétal et communication ne dégagent pas une image particulièrement empathique ou innovante.
113	Alessandro Dazza IMERYS	6	5	7	7	5	5	6	5,9	Mise en place d'une gouvernance claire et structurée depuis 2020. Engagement réel sur les enjeux environnementaux et de biodiversité (CDP, SBTi...). Capacité à générer de la trésorerie malgré le contexte économique difficile.	Performance financière très dégradée en 2023 (chiffre d'affaires en baisse, résultat net fortement impacté). Présence de controverses (éthique et réputation) qui pèsent sur l'image du groupe. Communication personnelle et relations internes peu visibles publiquement.
114	Pierre-Antoine Vacheron WORDLINE	6	5	7	6	6	5	6	5,9	Un profil externe choisi pour impulser une nouvelle dynamique après une année difficile : 30 ans d'expérience, expertise technique et transformationnelle, priorités bien définies (client, performance, culture) IBS Intelligence. Déploiement rapide du plan Power24 (économies de €220 M visées), revues stratégiques, vente d'actifs non cœur de métier pour préserver la trésorerie et stabiliser la structure.	Résultats toujours faibles au premier semestre 2025, avec recul des revenus organiques et perspectives prudentes marquées. Fortes controverses sur la gouvernance : enquête belge, accusations de fraude dans son portefeuille de clients, baisse spectaculaire du cours (-34 %, puis -21 %). Communication interne et dialogue avec les employés représentent un point faible, notamment au regard des suppressions et manque de transparence.
115	Pierre Barnabé SOITEC	6	7	7	5	6	4	6	5,9	Gouvernance structurée et nomination transparente, gage de sérieux. Solide parcours professionnel dans l'industrie numérique et technologique, crédibilité technique reconnue. Résultats financiers corrects avec un chiffre d'affaires élevé et une rentabilité soutenue.	Réaction négative des marchés et chute boursière dès sa nomination, traduisant un déficit de confiance. Relations sociales fragiles, climat de défiance marqué chez les employés. Style de communication institutionnel, manquant de proximité et de charisme. Impact sociétal et environnemental encore peu visible dans son action de dirigeant.
116	Paul Martingell VIRBAC	8	8	8	0	0	8	8	5,7	Cadre international expérimenté, capable de diriger des transformations et fédérer des équipes globales. Nomination saluée : preuve de confiance du conseil d'administration et de crédibilité vis-à-vis des acteurs financiers. Communication positive, engageante et tournée vers l'avenir.	Absence de réalisations tangibles pour l'instant : il n'a pas encore exercé ses fonctions chez Virbac. Sections comme la performance financière et l'impact sociétal restent à observer lors des premiers résultats concrets.
117	Pierre Boulud BIOMERIEUX	5	7	7	5	5	5	6	5,7	Gouvernance structurée, avec une séparation claire des fonctions pour améliorer efficacité et pilotage stratégique. Confiance institutionnelle notable (président exécutif, conseil). Transition sans heurts, dans un cadre transparent. Potentiel lié à son ancienneté au sein du groupe (comité de direction depuis 7 ans).	Manque de visibilité publique ou médiatique, avec une personnalité encore peu incarnée. Résultats sous sa direction encore peu visibles ou documentés. Faibles données sur l'impact sociétal ou le climat social. Communication fonctionnelle, mais peu inspirante ou mobilisatrice.
118	Bruno Krief RUBIS	5	5	6	5	5	5	7	5,4	Bruno Krief a une place importante dans l'histoire de Rubis comme co-fondateur associé-gérant, ayant participé aux premières grandes acquisitions et à l'entrée en Bourse.	Il n'est plus impliqué publiquement dans les opérations, ni visible dans la gouvernance contemporaine ou les politiques actuelles. Aucun rôle ou contribution récente ne peut être identifié dans les domaines de la performance financière, de la stratégie ESG, ou dans les relations sociales. Il est peu présent dans les cadres médiatiques ou institutionnels actuels de Rubis.
119	Cyrille Bolloré GROUPE BOLLORÉ	5	4	7	5	6	5	5	5,3	Succession bien orchestrée, gouvernance stable et structurée. Stratégie de repositionnement du groupe (cession de logistique, scission Vivendi) cohérente à moyen terme. Capacité à piloter une transition complexe dans un groupe familialisé.	Performance financière encore fragile après restructuration lourde. Réputation entachée par des affaires de gouvernance et médias controversés. Absence d'engagement marqué sur les questions sociales, environnementales ou managériales. Image personnelle discrète, peu mobilisatrice ou inspirante.
120	Philippe Salle ATOS	6	6	6	3	4	4	5	4,9	Sa prise de fonction volontaire malgré une situation critique, illustrée par son investissement personnel significatif, envoie un signal fort de leadership et d'engagement. Il bénéficie d'un solide parcours en redressement d'entreprises et d'une réputation de décideur efficace et pragmatique.	Les résultats d'Atos continuent de montrer des signes de faiblesse, et son plan stratégique n'est pas encore visible concrètement. Le climat social est incertain, et peu d'initiatives sont connues sur les axes RSE ou sociétaux. Son style, direct et financier, pourrait être perçu comme trop abrupt pour certains collaborateurs ou parties prenantes.
121	Yves Guillemot UBISOFT	5	3	6	5	6	4	4	4,7	Vision historique forte : Guillemot a fondé et dirigé Ubisoft depuis sa création, instaurant une identité créative internationale. Capacité de rebond : malgré plusieurs échecs commerciaux, l'éditeur a fini son exercice grâce au succès d'Assassin's Creed Shadows (plus de 3 M joueurs, meilleur lancement d'un AC en consommation depuis Odyssey). Réorganisation en cours : nouveau modèle de « creative houses » et filiale valorisée à 1,2 Md €, avec un investissement de 1,2 Md € de Tencent, signe de volonté de transformation stratégique.	Crise identitaire et éthique majeure due à un procès fondateur sur le harcèlement systémique et la culture toxique au sein de l'entreprise. Dialogue social grovèrement déficient, avec des suppressions d'emplois régulières, des grèves et des épisodes de mécontentement non traités publiquement. Leadership perçu comme trop familial et centré sur la famille Guillemot, ce qui limite l'élan de réforme et questionne l'ouverture nécessaire à la transformation.



ANNEXE

Top 3

Fiche détaillée



Estelle Brachlianoff

Veolia Environnement

Selon l'IA | 8,6 / 10

➤ Réputation

Estelle Brachlianoff est largement reconnue dans les médias et auprès des investisseurs comme une dirigeante proactive en faveur de la transformation écologique. Ses prises de parole sur les marchés, à l'ONU et lors d'événements économiques positifs la positionnent comme une figure crédible et inspirante.

➤ Relation employés

Engagement fort pour la sécurité au travail (diminution de 60 % des accidents depuis 2015), organisation de la semaine mondiale Santé & Sécurité, politique de bénéfices sociaux pour tous les salariés, gouvernance inclusive.

➤ Ethique

Aucun scandale n'a été relevé. Elle promeut activement la "performance plurielle", intégrant des indicateurs extra-financiers dans la gouvernance, et affirme un modèle d'usage interne des solutions proposées au marché.

➤ Impact Sociétal

Veolia, sous sa direction, réalise des avancées mesurables : préservation de 1,45 milliard de m³ d'eau, réduction des émissions (scope 1+2 -15 %, scope 4 +13 %), gestion des déchets dangereux, engagement sur la biodiversité.

➤ Performance

Sous sa direction, Veolia affiche des résultats financiers records en 2023 (chiffre d'affaires 45,4 Md €, +9 %; résultat net +14,9 %), un EBITDA en hausse et des perspectives solides. De plus, le début de 2024 renforce cette dynamique (+3,9 % de CA, +5,7 % EBITDA, +11,1 % EBIT).

➤ Gouvernance

Elle a piloté le plan stratégique Green Up 2024-2027, orienté vers les secteurs à fort impact (eau, déchets dangereux, énergie décarbonée), mobilisant des investissements massifs et une vision long terme orientée transition écologique.

➤ Communication

Son style est accessible, clair et engagé. Elle prend la parole sur des forums internationaux (ONU, Aix-en-Provence), milite pour une action systémique sur l'eau, et utilise efficacement les mots-clefs de la transition écologique.



Estelle Brachlianoff est reconnue comme une dirigeante proactive ayant orchestré avec succès le plan de transformation écologique "Green up". Sous sa direction, Veolia affiche d'excellents résultats financiers, prouve que l'écologie industrielle peut être synonyme de succès financier, faisant d'elle une figure crédible et inspirante.



Tim Albertsen

Ayvens

Selon l'IA | 8,6 / 10

➤ Réputation

Reconnu comme figure majeure du secteur avec des distinctions exceptionnelles, crédibilité forte auprès des investisseurs.

➤ Relation employés

Exprime publiquement sa reconnaissance envers les équipes pour l'intégration et une transformation réussies, culture de la mobilisation reconnue.

➤ Ethique

Rémunération alignée sur la performance et des objectifs ESG, structure de rémunération transparente et saine.

➤ Impact Sociétal

Le groupe est moteur de la mobilité durable : EV à 40 % du parc automobile, médaille Platine Ecovadis, engagements ESG.

➤ Performance

2024 solide : résultat net €684 M, marges retrouvées.

➤ Gouvernance

Pilotage réussi de la transformation post-acquisition LeasePlan et direction claire du plan PowerUP 2026. Le prix "Hall of Fame" Fleet Europe le confirme comme leader visionnaire.

➤ Communication

Communication rassurante, structurée, reconnue professionnellement, mais plutôt ciblée B2B/finance que grand public.



Tim Albertsen s'affirme comme un leader stratégique orchestrant avec succès la fusion historique entre ALD Automotive et LeasePlan, saluée par le prix Hall of Fame. Sa direction se distingue par une performance financière solide et une exemplarité ESG reconnue par la médaille Platine EcoVadis. Toutefois, sa visibilité médiatique reste concentrée sur le secteur spécialisé plutôt que sur la sphère publique.



Benoît Bazin

Saint-Gobain

Selon l'IA | 8,3 / 10

➤ Réputation

Forte réputation dans l'industrie, respect des investisseurs ; profil public sérieux, moins exposé médiatiquement, malgré la visibilité stratégique.

➤ Relation employés

Excellent engagement interne (enquête "Me@Saint-Gobain" : participation 89 %, engagement 84 %, confiance 89 %) — record en 2024.

➤ Ethique

Renforcement de la gouvernance, transparence dans les cessions/acquisitions, mais pas d'éléments positifs spécifiques sur l'éthique personnelle.

➤ Impact Sociétal

Réduction CO₂ (-34 %), diminution de l'intensité carbone (-44 %), alignement ESG dans la rémunération, acquisitions ciblées pour la construction durable.

➤ Performance

En 2024 : CA 46,6 Md €, marge opérationnelle record 11,4 %, free cash flow consolidé de 4 Md €, TSR +32 %. Objectif de marge >11 % en 2025.

➤ Gouvernance

Nommé PDG en juin 2024, il poursuit les plans "Transform & Grow" et "Grow & Impact" lancés en 2019, avec un renouvellement reconnu par le CA et une nomination d'administrateurs indépendants à hauteur de 100 % (hors PDG).

➤ Communication

Communication claire, articulée auprès des investisseurs avec un discours de confiance; moins orateur grand public, mais efficace en interne.



Benoît Bazin dispose d'un soutien unanime du conseil d'administration, d'une forte confiance en interne et dans l'industrie. Sous sa direction, Saint-Gobain affiche une excellente performance financière et poursuit les plans "Transform & Grow" et "Grow & Impact". Sa communication reste néanmoins plus institutionnelle que publique.

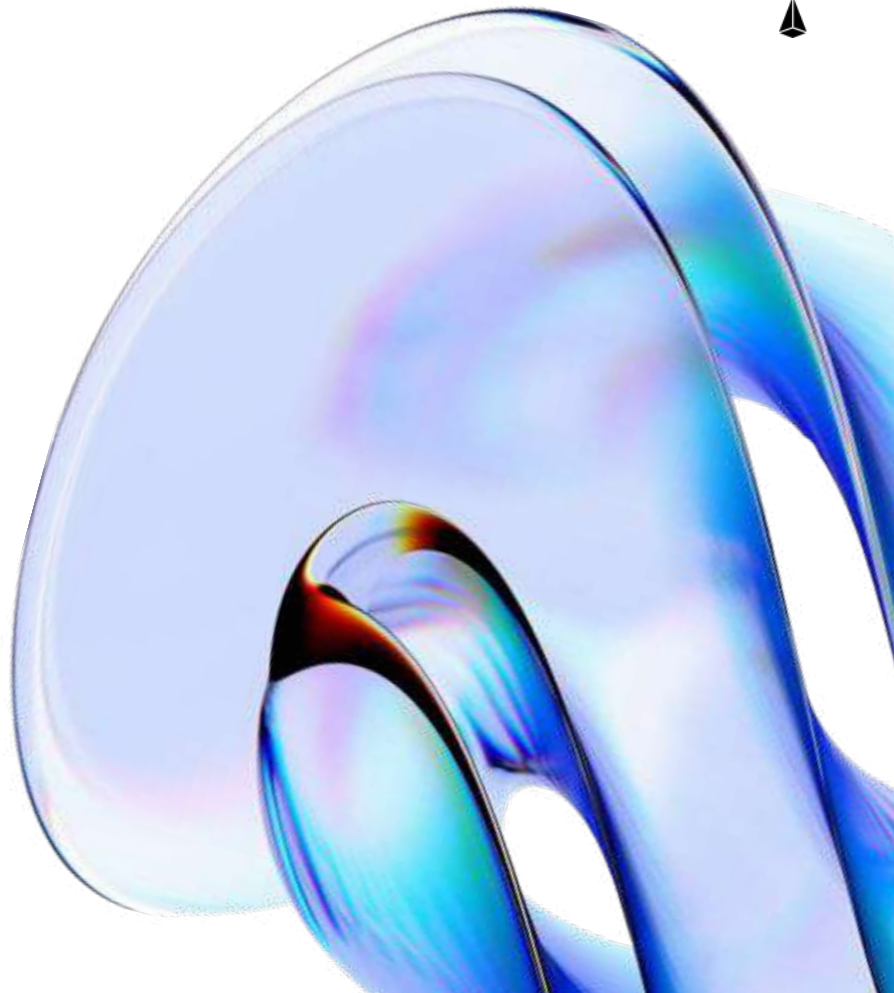




ANNEXE

Flop 3

Fiche détaillée





Yves Guillemot

Ubisoft

Selon l'IA | 4,7/10

Image

La réputation de Guillemot est contrastée. S'il incarne l'histoire et la créativité d'Ubisoft, son image reste fragilisée par les scandales liés au harcèlement et par une gouvernance perçue comme trop familiale.

Relation employés

Le climat interne reste tendu, marqué par des grèves, des licenciements et des critiques sur la gestion du harcèlement. Malgré une réorganisation en cours, les employés peinent à percevoir une amélioration réelle du dialogue social.

Ethique

Les révélations de harcèlement systémique et de culture toxique ont profondément entaché la réputation d'Ubisoft. Les mesures correctrices annoncées sont jugées insuffisantes ou trop lentes.

Impact Sociétal

Ubisoft joue un rôle culturel important à l'échelle mondiale, mais ses manquements de conditions de travail et d'égalité ternissent cet apport. Les efforts vers une plus grande diversité ou un impact positif restent peu visibles.

Performance

Malgré plusieurs échecs, Yves Guillemot a démontré une capacité de rebond. Le succès récent d'Assassin's Creed Shadows illustre la solidité des franchises et un potentiel de croissance, même dans un contexte concurrentiel.

Gouvernance

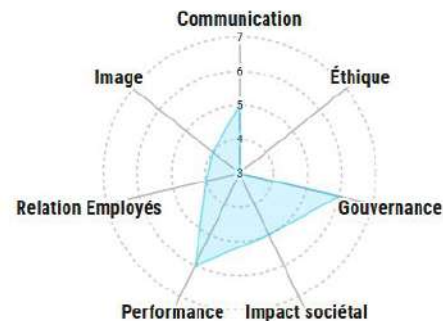
La gouvernance reste solide sur le plan stratégique, avec des choix structurants comme l'investissement de Tencent et le modèle des « creative houses ». Cependant, l'omniprésence familiale freine l'ouverture et le renouvellement managérial.

Communication

La communication met en avant la créativité et les succès produits, mais elle a été jugée insuffisante et tardive aux crises internes. Son discours peine à restaurer la confiance des employés et du public.



Yves Guillemot demeure un visionnaire créatif, capable de rebonds commerciaux majeurs et d'orientations stratégiques fortes. Mais les scandales éthiques, un dialogue social déficient et une communication de crise insuffisante affaiblissent sa crédibilité et limitent son pouvoir mobilisateur.





Philippe Salle

Atos

Selon l'IA | 4,9/10

Image

Philippe Salle est perçu comme un dirigeant de crise engagé et déterminé, mais sa visibilité reste concentrée sur les sphères financières et industrielles. Son image publique demeure limitée, avec peu de dimension inspirante pour le grand public.

Relation employés

Le climat social est fragile, avec une inquiétude persistante autour de l'avenir du groupe. Son style direct et très axé sur les résultats peut être perçu comme abrupt, limitant l'adhésion des équipes et l'amélioration du dialogue interne.

Ethique

Salle bénéficie d'une réputation globalement intègre et pragmatique. Cependant, l'absence d'initiatives marquantes en matière de responsabilité sociétale ou de transparence éthique freine l'évolution de ce pilier.

Impact Sociétal

L'engagement sur les enjeux environnementaux, sociétaux ou de RSE est faible et peu mis en avant. Atos, pourtant acteur clé du numérique, manque d'initiatives structurantes visibles pour renforcer son rôle sociétal.

Performance

Malgré un engagement personnel fort et une volonté claire de redressement, les résultats financiers restent faibles. Le plan stratégique n'a pas encore produit d'effet tangible, maintenant une incertitude auprès des investisseurs.

Gouvernance

La gouvernance a été stabilisée après une période critique, et la direction affiche des priorités stratégiques claires. Néanmoins, l'efficacité réelle des mesures reste à démontrer pour convaincre pleinement.

Communication

Philippe Salle communique avec clarté et détermination, envoyant un signal fort de leadership. Son style, cependant, demeure très technique et financier, ce qui limite sa capacité à fédérer au-delà des parties prenantes économiques.



Philippe Salle s'est imposé comme un dirigeant de crise déterminé, stabilisant la gouvernance d'Atos et envoyant un signal fort d'engagement. Néanmoins, les résultats financiers tardent, l'impact sociétal reste faible et un climat social fragile appelle un management plus inclusif.





Cyrille Bolloré

Groupe Bolloré

Selon l'IA | 5,3/10

Image

La réputation de Cyrille Bolloré reste mesurée et peu mobilisatrice. Si le groupe converse une stature de géant industriel, son image est marquée par les controverses liées à la gouvernance passée et par une présence publique très discrète, qui ne génère ni adhésion large ni inspiration.

Relation employés

Le climat social est relativement neutre. Aucune crise majeure n'a été relevée, mais peu d'initiatives fortes en faveur de l'engagement des collaborateurs ou d'une culture managériale participative.

Ethique

La réputation éthique du groupe souffre de l'héritage d'affaires judiciaires et de controverses sur les médias. Peu de signaux forts ou de programmes de transparence sont visibles, ce qui entretient une perception d'insuffisance sur ce critère.

Impact Sociétal

Malgré quelques démarches via les filiales, l'engagement sociétal ou environnemental reste modéré et peu incarné. Le groupe ne communique pas de vision marquante en matière de responsabilité sociale.

Performance

La stratégie de recentrage (cession de la logistique, scission de Vivendi) est jugée cohérente et soutient une résilience financière. Toutefois, la performance globale demeure fragile après une restructuration lourde.

Gouvernance

Gouvernance fait partie du point fort de Bolloré. La succession familiale a été maîtrisée, et la gouvernance est structurée avec des processus de décision clairs. Cette stabilité constitue un atout stratégique.

Communication

La communication est institutionnelle et prudente. Cyrille Bolloré s'exprime principalement sur les résultats et les opérations stratégiques, mais sa faible exposition médiatique et l'absence de posture inspirante limitent la portée de son message.



Cyrille Bolloré a mené une succession familiale maîtrisée et consolidé la gouvernance du groupe avec une stratégie de recentrage cohérente. Toutefois, une communication trop discrète, un engagement sociétal limité et des controverses éthiques passées freinent la portée de son leadership.

