



De l'honnêteté des banquiers... et des autres

Cette fois c'est limpide, une étude scientifique de l'Institut d'économie politique de l'Université de Zürich publiée récemment dans la revue scientifique anglaise *Nature* démontre que les « manipulateurs d'argent », comprenez les traders, investisseurs ou gestionnaires, sont plus malhonnêtes que les autres. Les auteurs ont en effet démontré, après avoir soumis 208 employés de banque à une expérience, que ces mercenaires de la finance, quand leur identité professionnelle était activée, avaient tendance à mentir plus que les autres quand un intérêt financier était à la clef. L'ASEB (Association Suisse des Employés de Banque) s'étouffe, consternée, certaine que les tricheurs identifiés par l'étude ne pouvaient être que des employés issus d'une culture anglo-saxonne corrompue, bien loin des grandes valeurs déontologiques helvétiques qui font la fierté de la Nation depuis des générations... Saint Ospel, priez pour nous !

Avant cette étude, le secteur financier et bancaire était déjà conscient que la proximité avec des valeurs matérielles en abondance était de nature à pervertir potentiellement le comportement de certains et il a réagi en superposant, encore et encore, des règles de « compliance ». Cette réponse, emblématique de la « théorie X » de Douglas McGregor, célèbre professeur de management au MIT, part du principe que comme l'Homme est fondamentalement mauvais, il faut plutôt faire confiance à l'organisation et contraindre les acteurs, par des procédures, règles et autres directives, à limiter leur champ d'action et à leur imposer le comportement attendu. Malheureusement, force est de constater que l'arsenal de contraintes réglementaires imposé aux employés de banque n'a pas changé grand chose, on déplore autant, voir plus, de malversations qu'auparavant. Comme d'habitude, on prend le problème à l'envers, car ce n'est pas sur l'organisation qu'il faut travailler, mais sur la culture d'entreprise. La culture d'entreprise se construit sur des valeurs déclinées en comportements opérationnels. Souvent utilisées dans la communication et la publicité, les valeurs sont insuffisamment vécues dans les entreprises pour une raison simple : on n'impose pas des valeurs, on se les approprie. Les belles déclarations d'intention et autres chartes ne modifient pas le comportement des gens. Le seul moyen efficace pour faire évoluer une culture d'entreprise c'est l'exemplarité, en cascade du haut en bas de la hiérarchie, car les collaboratrices et collaborateurs ne font pas ce qu'on leur dit de faire, mais ils feront ce que feront leur chef. C'est le même mécanisme dans la famille entre les parents et les enfants. Si l'on veut changer en profondeur et durablement cette culture de profit à court terme qui existe dans certains établissements, en Suisse aussi et également en dehors du monde bancaire, il faut commencer par avoir des patrons exemplaires. Quand on prend soi-même des libertés avec les règles afin de maximiser les succès, quand on fixe des objectifs irréalisables en restant dans le cadre fixé, quand on cautionne des stratégies de développement qui violent le droit international, quand on s'octroie des salaires indécents sans lien avec la valeur ajoutée qu'on crée, il ne faut pas s'étonner que certains acteurs trouvent que l'honnêteté est un concept ringard.

Steeves Emmenegger, fondateur de
emmenegger | compétences | conseils et de
SCAN swiss competencies assessment network