

LE COMMENTAIRE DE PAUL FABRA

Le business et la morale

Dans la perte totale de confiance entre les établissements de crédit – là où la crise a commencé et s'est amplifiée –, se trouve sans doute la réponse essentielle à la question qui ne cesse de défrayer la chronique : la pratique des affaires et son bon fonctionnement ont-ils quelque chose à voir avec la morale ? La réponse est oui. Avec quelle simplicité et dans quel esprit il convient d'aborder le sujet, personne ne l'a mieux exprimé que le grand initiateur de l'art du management. Parlant des débats et colloques organisés autour du thème de l'« éthique de l'entreprise », Peter Drucker disait : rien que de chercher à en définir une qui lui soit spécifique, est l'aveu que ses dirigeants ont l'intention d'échapper peu ou prou aux lois et réactions d'un comportement honnête ordinaire, telles qu'elles sont connues (sinon toujours observées) par tout le monde, y compris par les businessmen et businesswomen.

Cependant, les conduites honnêtes ici qualifiées d'« ordinaires » dans le sens de « coutumières » et « allant de soi » ont beau continuer d'inspirer les actes de la grande majorité de la population, on a cessé dans nos pays occidentaux ultra sophistiqués d'y voir un facteur efficient, par exemple de la vie économique. Les pionniers et maîtres de la pensée économique – les Adam Smith, David Ricardo, Jean-Baptiste Say – n'ont pas manqué, eux, de s'appuyer sur ce facteur oublié.

On objectera la parabole de la main invisible. Très fréquemment, c'est en poursuivant son propre intérêt et non pas en cherchant délibérément à promouvoir celui de la société tout entière qu'un artisan, un commerçant, un industriel contribuera le plus efficacement au bien public. Mais à l'aide de cet exemple,

Adam ne fait rien d'autre que de reconnaître une expérience universelle : s'il est bien un domaine où l'homme est par nécessité appelé à faire la part belle à la morale utilitaire (« ce qui est bien est ce qui m'est le plus favorable »), c'est de toute évidence celui de l'activité professionnelle. L'enjeu concerne directement l'instinct de conservation : « Gagner sa vie ». Et, de toute façon, l'agent économique, pour assurer son revenu, devra entrer par l'échange en relation avec autrui pour lui vendre le fruit de son travail. Or, l'échange est par nature une relation d'égalité. Chacun des deux coé-

Le primat donné à la sphère financière sur l'économie productive provoque la disparition progressive du relationnel, de plus en plus réduit au transactionnel.

changistes doit s'y retrouver.

Au stade relationnel de l'échange, intervient si peu que ce soit, mais nécessairement, quelque chose qui ressemble à l'honneur professionnel. A dose plus ou moins perceptible, y entre le respect (voire l'amour) des autres et de soi-même. Celui qui en est totalement dépourvu sera tôt ou tard « grillé ». L'imaginaire public se complait dans telle ou telle illustration du caractère proprement sacré de la parole donnée portant tel ou tel marché au plus haut degré de perfection. A Anvers, les diamants les plus rares passent de main en main sans la moindre preuve écrite.

D'où vient qu'au cours des trente-cinq dernières années, sur les marchés financiers, mais pas seulement eux, la notion même d'honneur a pratiquement disparu ? Les produits, de plus en plus sophistiqués, se prêteraient de plus en

plus à la fraude ? Mais comment expliquer (notre chronique précédente, publiée le 31 mars), que les agences de notation ferment les yeux devant une falsification pure et simple du classement (en degré de solvabilité) des crédits découpés en tranches à des fins de titrisation ?

Un principe cardinal de l'économie de marché était que « chaque transaction est une transaction indépendante » (Ricardo). Cela suppose que chaque transaction lie (au moins) deux personnes se déterminant l'une en fonction de l'autre. Or le primat donné depuis trente-

cinq ans (à la suite de l'abandon de l'étalon-or de Bretton Woods) à la sphère financière sur l'économie productive provoque la disparition progressive du relationnel de plus en plus réduit au transactionnel. Auparavant, chaque directeur d'une agence bancaire de quartier décidait de l'octroi ou non d'un crédit à un client. Depuis, la majorité des cadres ne sont plus des agents économiques que de nom. Ils ont perdu toute autonomie. Les décisions sont prises au vu de statistiques (le crédit me sera accordé si j'entre dans telle catégorie d'emprunteurs déjà répertoriés). Il en résulte une formidable aliénation avec tout le pouvoir et tous les honneurs sans l'honneur – mais avec beaucoup d'argent – concentrés au haut de la pyramide. Imité dans le monde entier, le modèle américain des grands groupes a subrepticement dégénéré en une sorte de Gosplan éclaté.