



LE TAGÈTE

Hors série n° 46, 2015

Marcel JB Tardif

Plante herbacée cultivée pour ses fleurs ornementales jaunes ou orangées à senteur poivrée, appelée communément oeillet.

L'ENVIRONNEMENT DU DIRIGEANT

La mondialisation des échanges, l'ouverture des frontières et l'harmonisation des législations entre les États auraient dû simplifier le commerce international. Or, l'économie de marché n'a eu de cesse de se complexifier depuis trente ans. Les technologies nouvelles ont surgi de toute part, et les techniques de gestion ont émergé partout. Le monde des affaires, celui de la réponse aux besoins et attentes de l'homme, s'est dépersonnalisé ce faisant¹.

L'environnement du dirigeant postmoderne, même si l'entreprise veut se soustraire aux exigences de l'État, est toujours marqué au coin d'un jeu politique déstabilisant. Alors que la démocratie était à la hausse dans plusieurs anciennes autocraties, s'installaient dans le monde développé des ploutocraties et dans le monde émergent des tyrannies, où l'homme perdait en finalité de société mais où le politique gagnait en hégémonie de moyens sur l'humain. Certains auront prétendu que, ce faisant, des modèles nouveaux de marché sont apparus, qui privilégieraient les échanges par la circulation accélérée du capital, du travail et de l'information. Mais rien n'a exondé, dans ces espaces de transformation du commerce, en matière d'affirmation supérieure des droits de l'homme tant producteur que consommateur.

Le dirigeant doit encore concilier les intérêts des principales parties prenantes à l'activité de son entreprise. Mais les actionnaires et les marchés financiers prennent de l'ascendant constant sur le personnel. Quant aux clients, ils sont moins considérés comme intervenant dans la chaîne de valeur de l'entreprise que comme partie obligée aux affaires. L'entreprise ne cherche pas tant à étancher sa demande, qu'à en retirer le maximum de revenu possible, partant de profit résiduaire.

Le marché, d'où provient la demande, est à conquérir, non pas pour le servir mais l'asservir. La coopération, comme mode nouveau d'abaissement des coûts de production-distribution des biens et services, a donné lieu à des alliances stratégiques diverses. Mais les entreprises veulent moins la conjonction d'effort que la domination du résultat dans le marché. Elles ne privilégient pas la compétition, la concurrence, mais recherchent le monopole de situation.

La globalisation devait donner lieu à un relèvement de la condition humaine, partout dans le monde. Étrangement, la délocalisation, qu'on lui doit, n'a fait que transférer la richesse acquise par certains au profit d'une promesse d'enrichissement de l'ensemble. Ce que l'histoire tait, c'est que ce passage d'un lieu à l'autre a résulté en l'appropriation plus grande de l'avoir par les propriétaires de l'instrument de production... par l'effet d'abaissement des charges à l'entreprise. Le profit s'en est d'autant relevé, et sa répartition s'est opérée à l'abri du regard des anciens partenaires de croissance de l'entreprise, son ancien personnel désormais licencié au nom de la délocalisation. L'Homme en soi serait-il plus compliqué que n'est complexe l'espace de réalisation propre qu'il s'est donné ?

¹ Les drones vont-ils prendre la relève des humains dans la conduite de leurs affaires ? Peut-être ! mais les hommes gagneront encore à retenir la maîtrise de leur destinée. Confier la production, la distribution voire la conception des biens et des services aux machines ne veut pas dire que les robots doivent profiter des économies qui en découleront. Les avantages de situation d'un monde sans effort sur la transformation de la matière ne sont pas à confondre avec les désavantages d'un asservissement des personnes aux conditions de la mécanique cybernétique. Les androïdes auront peut-être l'allure humanoïde, mais jamais l'humanité de l'Homme.