



**DIDIER
PLANCHE**

Directeur de la publication
& rédacteur en chef

@ d.planche@banque-finance.ch

Sophisme

La prestigieuse école lausannoise de management, IMD International pour ne pas la citer, la Pennsylvania State University et l'Université d'Erlangen-Nuremberg seraient-elles victimes, elles aussi, de l'égoïsme d'une poignée de leurs enseignants-chercheurs? A la lecture d'un communiqué sur une récente étude collective, la question mérite d'être posée, tant la lucidité semble faire défaut.

Ces trois établissements viennent en effet de publier les fruits d'une recherche commune sur les vertus de l'égoïsme des CEO, dans la conduite de leurs affaires. Elle cherche à démontrer que les managers dotés d'un fort ego, donc en quête constante de louanges et de félicitations, parviendraient avec succès à maintenir leur entreprise à l'avant-garde de l'innovation technologique. Imbus de leur (petite) personne et vaniteux, ces mêmes CEO prendraient également davantage de décisions audacieuses et de risques, lors de périodes conjoncturelles mouvementées par exemple, que leurs homologues au profil psychologique et comportemental moins marqué. De même, ils seraient plus habiles dans l'action, grâce à leur confiance débordante en eux. Pour échafauder un semblant de raisonnement sur l'efficacité de quelques CEO (américains) triés sur le volet pour les besoins de l'enquête, ainsi que sur la réussite de leurs initiatives, les enseignants-chercheurs se sont focalisés sur l'importance attribuée à la publication de leur portrait dans les rapports annuels, le nombre de fois où ils sont mentionnés dans les communiqués de presse, leur niveau d'indemnisation en espèces et de rémunération non monétaire. Mais aussi originales soient-elles, les déductions de cette étude louant les bienfaits de l'égoïsme laissent pour le moins pantois.

En effet, prétendre que plus le degré d'égoïsme des CEO est élevé, plus leur réussite s'avère mesurable, représente un

leurre et même un sophisme contredisant toutes les théories de psychologie appliquée, qui prônent justement la dissolution de l'ego pour favoriser l'épanouissement humain, lui même vecteur de réussite au sens large du terme. Selon l'étude, les CEO en prise avec leur ego surdimensionné décuplèrent leurs facultés intellectuelles et physiques, autrement dit «mouilleraient leur chemise», pour mener à bien leurs projets et ceci, dans le seul dessein de flatter leur orgueil. Mais de fait et malgré eux, les managers obsédés par leur nombril se trouvent rapidement confrontés à l'épreuve fatidique du miroir, qui les renvoie directement à leurs propres souffrances. Car l'égoïsme, une pure construction du mental, consiste à s'attacher à la notion d'une identité personnelle fictive, donc perturbatrice. Cet ego désigne encore le sentiment exacerbé de l'importance de soi, une émanation de cette même construction du mental. L'identification des CEO à leur ego devient dès lors fondamentalement dysfonctionnelle, car en porte-à-faux avec la réalité. Il en découle ensuite une dualité irréductible entre eux et autrui, qui se cristallise dans leur schéma de pensées. Construire un quelconque projet dans ces conditions malsaines équivaut à bâtir un château de cartes sur du sable, qui, inexorablement, s'effondre. En revanche, les CEO, qui contrôlent leur mental, donc leur ego avec son cortège d'illusions, pratiquent l'ouverture aux autres, la générosité et le non-attachement sous toutes ses formes, construisent durablement et réussissent leurs initiatives dans l'harmonie.

Sur ces quelques réflexions au coin du feu, c'est de saison, je vous souhaite de tout coeur, chers lectrices et lecteurs de Banque & Finance, de vivre une Fête de Noël particulièrement lumineuse, en termes de spiritualité il s'entend, et bien sûr de commencer la nouvelle année avec force et vigueur. Demandez la lumière et vous l'obtiendrez. ■