



K0101

ARGUS 
MEDIENBEOBACHTUNG

L'AGEFI

Quotidien économique suisse
1002 Lausanne
Auflage 5 x wöchentlich 10'000

1078475 / 32.10 / 24'178 mm2 / Farben: 0

Seite 9

30.10.2009

Management: l'honnêteté primordiale

Les valeurs éthiques gardent toute leur place dans le management.

Selon une étude évoquée hier au salon RH de Genève.

PATRICIA MEUNIER

«Les managers honnêtes profitent aux entreprises, c'est prouvé» Tel était le thème d'une conférence organisée par Uni-emploi hier au salon RH de Genève. L'occasion pour Rajna Gibson de présenter sa dernière recherche «Sacred values in financial economic decision-making: Experimental evidence», qui tend à prouver qu'il existe un lien direct entre l'aptitude à l'honnêteté et la prise de décision financière. La directrice du Finance Research Institute de l'Université de Genève s'est associée aux professeurs Carmen Tanner, docteure en psychologie, et Alexander F. Wagner de l'université de Zürich pour se poser la question de l'éthique et de son influence dans le monde des affaires.

L'univers fonctionne-t-il de façon honnête ou malhonnête? L'entreprise peut-elle profiter des individus vertueux en possédant de fortes valeurs éthiques? Pour répondre à ce genre de question, les trois coauteurs ont sélectionné un échantillon d'individus volontaires parmi des étudiants en psychologie et en économie de l'université de Zurich. Les sondés ont

été mis en situation dans différents rôles, tour à tour de dirigeants d'entreprise susceptibles d'augmenter les bénéfices annoncés ou d'investisseurs sensibles aux caractéristiques morales des managers. L'expérience a aussi



RAJNA GIBSON. Les managers avec une forte implication morale résistent mieux aux pressions externes.

permis de mesurer les valeurs sacrées de chaque étudiant. Au final, le résultat surprend positivement Rajna Gibson: «Dans 40% à 60% des situations observées, les individus ont renoncé à obtenir une rémunération plus élevée et choisi l'option honnête. Cet énoncé contredit l'hypothèse économique qui affirme que l'individu agit dans son propre intérêt». Parmi ses autres conclusions, l'étude établit notamment que les managers honnêtes sont davantage enclins à dire la vérité à propos des résultats de leur entreprise, même si cela nuit à la conclusion de contrats ou à leur propre rémunération.

Par ailleurs, cette recherche offre des pistes de réflexion pour le re-

crutement de collaborateurs. Selon elle, les individus avec une forte implication morale résistent mieux aux pressions externes, et agissent de manière plus stable et prévisible. En contribuant à augmenter la confiance, ils attirent les investisseurs. En outre, pour favoriser les valeurs éthiques au sein d'une société, les chercheurs proposent d'instaurer des cours d'éthique des affaires pour que les décideurs réalisent l'importance de la valeur morale de leurs actions. Une formation qui suscite des questions du côté des praticiens en ressources humaines. A l'issue de l'exposé, Maxime Morand, directeur des ressources humaines du Groupe Lombard Odier, est en effet intervenu pour donner son point de vue. «Si 40% à 60% des gens sont malhonnêtes, nous devons nous demander comment intégrer cette information dans notre travail. Pour ma part, je ne crois pas aux cours d'éthiques proprement dits, mais plutôt aux parrainages avec des gens aux valeurs fortes. Si le management n'est pas vertueux, on obtient un leadership dévoyé», a conclu le directeur des ressources humaines. ■

LES INDIVIDUS ONT RENONCÉ À OBTENIR UNE RÉMUNÉRATION PLUS ÉLEVÉE. DANS 40% À 60% DES SITUATIONS OBSERVÉES.



Argus Ref 36901029

ARGUS 
MEDIENBEOBACHTUNG

ARGUS der Presse AG Rüdigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

Ausschnitt Seite 1 / 1
Bericht Seite 1 / 1