

## Le «bien commun» mène les entreprises à une impasse

**CHRISTIAN HOFFMANN**

*L'économie de marché basée sur la propriété privée promeut l'échange et l'équilibre des intérêts.*

Les chefs d'entreprise n'ont pas la tâche facile. Ils ne cessent d'entendre que leurs objectifs sont dépassés et que leur système de gestion doit être réformé et réorienté. Customer value, shareholder value, stakeholder value et récemment, au nom de la corporate social responsibility, des valeurs sociales et écologiques devraient figurer au cœur de leurs affaires. Cela ne suffit même plus: «public value», telle est la nouvelle valeur, un concept que nous traduirions par celui de bien commun. L'entreprise devrait se concentrer sur ce but pour regagner la confiance. Est-ce un bon conseil?

Depuis que le concept d'utilisation marginale a été établi, la théorie économique l'a répété: une valeur est toujours une donnée subjective. En fonction des besoins et préférences d'un individu, une pomme ou une paire de chaussures peut avoir de la valeur, être un objet neutre ou au contraire une charge. C'est pourquoi l'institution représentée par la propriété privée définit la sphère d'autonomie de l'individu à partir de laquelle les échanges sont possibles. Le gain pour tous les participants est évident: si l'on échange des pommes contre des chaussures, il en résulte un gain pour les deux partenaires. Ni les pommes ni les chaussures n'ont pourtant de valeur «objective». Les deux n'augmentent pas automatiquement le «bien commun». Les «valeurs objectives» ne peuvent être ni définies ni mesurées. Elles sont inutiles en tant que données économiques.

La civilisation occidentale a reconnu la diversité des besoins et des désirs de l'homme. C'est pourquoi un système a été établi qui se base sur la propriété privée et la libre concurrence. Il permet de prendre en compte les intérêts parfois contradictoires pour aboutir à un processus d'échange équilibré. La formulation et l'équilibre entre des intérêts différents dans un «dialogue sans contrainte», pour reprendre Habermas, est une particularité centrale de l'économie de marché. La division du travail et l'échange sont les éléments habituels de notre quotidien. L'idée de «bien commun» est par contre à placer dans la sphère des discussions politiques du café du commerce.

Friedrich Hayek parlerait d'un mot creux («Wieselwort»). En effet, ce ne sont pas les managers mais les politiciens qui sont les plus impopulaires en Suisse. Ces derniers parlent régulièrement d'une augmentation du «bien commun» qui n'est ni définie ni mesurée. Les déceptions sont inévitables. La tentative de création d'un «bien commun» arbitraire ne produit qu'insatisfaction et frustration. Celui qui veut maximiser le bien-être de A, B et C doit désavantager celui de X, Y et Z, lesquels ont évidemment des désirs divergents. La quête de «bien commun» fait miroiter un savoir et des capacités qu'aucune organisation ne possède.

Pourquoi la direction d'une entreprise devrait-elle réussir là où la politique a échoué? Des préférences différentes ne causent aucun tort à l'économie. Elles forment le moteur de la coopération, de la différenciation et de l'innovation. Le «stakeholder management» reconnaît que, dans le cadre de l'activité de l'entreprise, des intérêts divergents sont à prendre en compte. Une direction d'entreprise performante se définit par la création de valeur dans l'échange concurrentiel de désirs différents, et non pas dans la quête d'un supposé «bien commun». La propriété privée et la concurrence ne mènent pas seulement à un échange d'intérêts légitimes. Elles sont créatrices de responsabilité. C'est en effet parce que la propriété privée définit l'étendue de l'autonomie d'un acteur que les effets de son action peuvent être clairement attribués. Ainsi se crée la «corporate responsibility». La propriété privée garantit à l'entrepreneur la liberté de poursuivre des objectifs subjectifs dans un échange avec différents groupes d'intérêts. Elle lui transfère également la responsabilité des activités de son organisation. La poursuite d'un «bien commun» dissout par contre la responsabilité de l'entreprise et transfère le fardeau de ses erreurs potentielles et de ses fautes à la communauté.

Par conséquent, l'auto-enrichissement de certaines organisations aux dépens de la communauté doit être dénoncé: à l'ère des plans de sauvetage, des étatisations, du protectionnisme et des privilèges légaux, une réflexion sur la propriété privée et la responsabilité entrepreneuriale est urgente. Au nom du «bien commun», malheureusement, d'habiles groupes d'intérêts s'efforcent de défendre leurs prérogatives aux dépens de la libre concurrence. Si les managers veulent surmonter l'actuelle crise de confiance, ils devraient, au nom d'une bonne «corporate governance», accroître la transparence et la responsabilité dans leur discours envers le public et non pas soigner leur image en se dissimulant derrière des mots indéfinissables tels que celui de «public value».

La pratique actuelle de la corporate social responsibility souffre déjà de sa difficulté à prendre en compte certains intérêts, qu'elle tente de contourner par le «politiquement correct». Une fausse harmonisation dans le sens d'une homogénéisation des intérêts ne mène nulle part. Les managers ne devraient pas masquer derrière des belles paroles le fait qu'ils poursuivent des intérêts stratégiques. Ils devraient au contraire défendre ouvertement leurs objectifs et faire preuve de responsabilité. Le courage, la persévérance et la franchise sont des vertus entrepreneuriales.

Notre système d'économie de marché basé sur la propriété privée promeut l'échange et l'équilibre des intérêts. La création de valeur n'est possible que dans ce sens. Le nouveau slogan de la «public value» conduit l'entreprise à une impasse politique. Elle dépasse les capacités du management et ne produit que déceptions et querelles.

*Christian Hoffmann est directeur de la recherche à L'Institut Libéral. Cet article a été publié dans Le Temps.*

Juillet 2011



Ce texte est disponible à l'adresse suivante : <https://www.libinst.ch/?i=le-bien-commun-mene-les-entreprises-a-une-impasse--fr>

© Copyright 2011 **Institut Libéral**